

Министерство образования и науки Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уральский государственный педагогический университет»
Институт социального образования
Факультет туризма и гостиничного сервиса
Кафедра туризма и гостеприимства

**ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ ДЛЯ СЕМЕЙ С
ДЕТЬМИ**

*Выпускная квалификационная работа
по направлению подготовки 43.03.02 Туризм*

Исполнитель:
Фот Кристина
Владимировна,
студентка группы БТ-41z

«___» _____ 201__ г.

Допущена к защите
зав. кафедрой туризма и
гостеприимства
_____ А.И. Фишелева

«___» _____ 201__ г.

Научный руководитель:
В.В.Сандалова,
канд. экономических наук

«___» _____ 201__ г.

Екатеринбург 2016

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ.....	8
1.1. Туристский фестиваль как вид туристского продукта: основные понятия и характеристики.....	8
1.2. Алгоритм проектирования туристского фестиваля.....	13
ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ «ЯРМАРКА ДВИЖЕНИЯ» ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ...	15
2.1. Анализ спортивно-массовых событийных мероприятий, реализуемых в Екатеринбурге	15
2.2. Разработка проекта фестиваля «Ярмарка движения»	23
2.3. Реализация проекта фестиваля «Ярмарка движения» в 2015, 2016 годах.....	36
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	59
СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ.....	61
ПРИЛОЖЕНИЕ 1 Из отчета по результатам популяционного исследования распространенности факторов риска неинфекционных заболеваний среди трудоспособного населения г. Екатеринбурга.....	65
ПРИЛОЖЕНИЕ 2 Перечень необходимых услуг и инвентаря от ЦПКиО для проведения Ярмарки Движения.....	72
ПРИЛОЖЕНИЕ 3 Положение о конкурсе «Самый дружный спортивный коллектив» 2015 г.....	74
ПРИЛОЖЕНИЕ 4 Схема прохождения квеста фестиваля «Ярмарка движения»	77
ПРИЛОЖЕНИЕ 5 Проект фестиваля «Ярмарка движения»	78

ПРИЛОЖЕНИЕ 6 Пример спонсорского предложения.....	81
ПРИЛОЖЕНИЕ 7 Пример партнерского предложения.....	82
ПРИЛОЖЕНИЕ 8 Форма заявки на участие для фитнес-клубов.....	84
ПРИЛОЖЕНИЕ 9 Награды и достижения фестиваля «Ярмарка движения» в 2015 году.....	85
ПРИЛОЖЕНИЕ 10 Статья «Ярмарка движения» как форма реализации первой стратегии ВОЗ по повышению физической активности» в журнале «Профилактическая медицина» том 19 (выпуск 2)..	88
ПРИЛОЖЕНИЕ 11 Протокол встречи по организации «Ярмарки движения» в 2016 году.....	89
ПРИЛОЖЕНИЕ 12 Письмо начальнику Управления культуры с просьбой оказать содействие в утверждении даты проведения фестиваля.....	91
ПРИЛОЖЕНИЕ 13 Письмо Управлению по развитию физической культуры, спорта и туризма с просьбой оказать содействие в привлечении медийных персон.....	92
ПРИЛОЖЕНИЕ 14 Заявка на участие в фестивале для фитнес-клубов (максимальный пакет)	94
ПРИЛОЖЕНИЕ 15 Участники совещания, посвященного фестивалю «Ярмарка движения».....	95
ПРИЛОЖЕНИЕ 16 Образцы печатной продукции и рекламных баннеров.....	98
ПРИЛОЖЕНИЕ 17 Постановления Администрации г. Екатеринбурга, включающие в себя проведение фестиваля «Ярмарка движения» в 2015 и 2016 годах.....	100

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы дипломного исследования: современная туристская индустрия является одной из крупнейших высокодоходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. По данным Всемирной туристской организации и Международного валютного фонда, туризм с конца 90-х годов вышел на первое место, и занимает лидирующее положение в мировом экспорте товаров и услуг, обогнав автомобильную промышленность, производство химических продуктов, продуктов питания и другие отрасли.

На сегодняшний день туристический бизнес является динамичной и доходной отраслью с высоким потенциалом. Согласно Федеральному закону от 24 ноября 1996 года №132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм отнесен к числу приоритетных отраслей экономики. Россия располагает колоссальными природными ресурсами и культурно – историческим потенциалом для развития различных видов внутреннего туризма [2, с.3].

Российская Федерация, несмотря на высокий туристский потенциал, занимает пока незначительное место на мировом туристском рынке. На ее долю приходится около 1% мирового туристского потока. Потенциальные возможности России позволяют при соответствующем уровне развития туристской инфраструктуры принимать до 40 миллионов иностранных туристов в год, потенциально к 2020 году Российская Федерация может войти в первую десятку самых популярных стран, посещаемых туристами.

Однако туристский потенциал страны используется далеко не в полной мере. В 2009 году количество иностранных гостей, въехавших в Россию, составило 21,3 миллиона человек (89,9% к уровню 2008 года), из которых около 15% прибыли с туристскими целями.

Одним из методов достижения эффективного конкурентоспособного регионального туристского продукта – в рамках решения задачи создания

эффективного туристского продукта и развитие объектов туристской инфраструктуры на территории Свердловской области является подготовка и проведение мероприятий по развитию оздоровительного туризма.

Для развития внутреннего и въездного туризма Свердловская область обладает как традиционными, так и уникальными ресурсами, в числе которых: массовые спортивные соревнования и фестивали.

Туристский фестиваль – это массовое мероприятие, проводимое в туристской отрасли с целью привлечения внимания потенциальных потребителей и общественности к отдельным туристским направлениям или региону, где данный фестиваль проводится [12, с.763].

Тема дипломного исследования: проектирование туристского фестиваля для семей с детьми.

Объектом исследования является туристский спортивно-оздоровительный фестиваль «Ярмарка движения».

Предметом исследования являются технология организации и проведения туристского фестиваля.

Цель дипломного исследования: разработать программу организации и проведения туристского фестиваля «Ярмарка движения».

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие **задачи**:

1. Раскрыть теоретические основы организации и проведения туристского фестиваля;
2. Проанализировать массовые и спортивно-массовые событийные мероприятия, реализуемые в Екатеринбурге;
3. Обосновать и представить проект по проведению туристского фестиваля «Ярмарка движения»;
4. Описать этапы, способы реализации «Ярмарки движения» в 2015, 2016 годах и проанализировать результаты реализации мероприятия;

При написании работы использовались:

- Эмпирический метод, основанный на наблюдении, описании, измерении - официальные статистические данные, аналитические материалы государственных научных центров, результаты исследований в области развития внутреннего туризма в России и в области профилактики сердечно-сосудистых заболеваний;
- Теоретический метод, основанный на анализе содержания и особенностей развития событийного туризма в Екатеринбурге;
- Метод опроса, который использовался с целью получения оценки проведенного мероприятия;

Проблема дипломного исследования заключается в **противоречии** между необходимостью проведения туристских фестивалей и отсутствием технологического обеспечения проведения туристских фестивалей.

Практическая значимость работы заключается в том, что предложенный проект позволит повысить привлекательность Екатеринбурга как туристского объекта для местных и приезжих граждан, что способствует развитию внутреннего туризма в Свердловской области.

Дипломная работа состоит из введения, основной части, включающей 3 главы, заключения, списка использованной литературы.

В первой главе описываются теоретические основы организации и проведения туристских фестивалей. Во второй производится анализ массовых и спортивно-массовых событийных мероприятий, реализуемых в Екатеринбурге. В третьей главе представлен проект туристского фестиваля для семей с детьми «Ярмарка движения», а также представлены результаты реализации проекта в 2015-2016 годах.

При написании работы использовались труды отечественных исследований по данной проблематике, а именно:

- Исследования Ассоциации Туроператоров;
- Выводы Круглого стола «Тенденции развития внутреннего туризма на Урале в 2015 году».

Рассмотрение особенностей организации и проведения фестивалей приведены в трудах таких авторов как Бахтин М., Бабкин А.В., Бирженюк Г.М., Марков А.П.

Проект фестиваля был одобрен МАУ "Городской центр медицинской профилактики". Специфика работы центра – профилактика инфекционных и не инфекционных заболеваний и профилактика факторов риска, которые вызывают данные заболевания [36]. Для того чтобы было возможно реализовать данный проект, была поставлена задача провести популяционное исследование распространенности факторов риска неинфекционных заболеваний среди трудоспособного населения г. Екатеринбурга. Исходя из данного исследования, определилась целевая аудитория фестиваля – это население в возрасте старше 35 лет (прил. 1).

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО – МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИЯ ТУРИСТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ

1.1. Туристский фестиваль как вид туристского продукта: основные понятия и характеристики

Событийный туризм – это вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанный с каким - либо событием. В мире множество стран, и в каждой из них происходят события из области культуры, спорта, искусства – нечто, представляющее собой историческую, культурную, спортивную ценность и важность [9, с.121].

В случае событийного туризма под событием следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей неоднозначностью, значимостью для данного общества или человечества в целом, для малых групп или индивидуумов. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени. Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие. Самым важным при формировании туров подобного рода, как правило, является заблаговременное планирование.

Принято выделять в событийном туризме следующие тематические виды [9, с.121]:

- национальные фестивали и праздники,
- театрализованные шоу,
- фестивали кино и театра,
- гастрономические фестивали,
- фестивали и выставки цветов,
- модные показы,
- аукционы,

- фестивали музыки и музыкальные конкурсы,
- спортивные события.

Ряд экспертов полагает, что в недалеком будущем число участников событийных туров превысит число участников экскурсионных туров.

В период планового события резко активизируется туристская деятельность объектов туристской индустрии. Лидирующие позиции в отдыхе такого плана занимают заграничные страны, но и Россия - не исключение, имеется большое желание и ведется работа в целях войти в число стран с высоким «событийным» потенциалом и получить права на проведение массовых мероприятий, а соответственно и привлечь многие тысячи состоятельных туристов.

Традиционное знакомство с историей и достопримечательностями, культурой и особенностями сегодня можно совместить с посещением замечательных мероприятий, о которых впоследствии будет приятно вспомнить. Ведь главная особенность событийного туризма - множество ярких и неповторимых моментов! Данные события могут быть включены в программу посещения во время деловых поездок на выставки, семинары, конференции и встречи, либо входить в программу инсентив-туров.

Основным ресурсом событийного туризма является событие или ивент. Ивент (от английского слова «event» - событие) - развлекательное или рекламное представление, осуществляемое на театральной сцене, кино- или телеэкране, на спортивной или цирковой арене с использованием разного рода сюжетных ходов, изобразительных приемов, световой техники, компьютерной графики и т.д. Процесс, во время которого планируется, готовится и создается специальное мероприятие. Как и любая другая форма организации, она охватывает оценку, определение, сбор данных, локализацию, управление, контроль и анализ времени, финансов, персонала, услуг и других ресурсов, и объектов. Слово «ивент» еще не зафиксировано в русскоязычных этимологических словарях, так как оно появилось в русском

языке сравнительно недавно [33]. В советское время чаще употреблялось понятие «культурно-массовое мероприятие».

Вклад ивентов в формирование положительного имиджа туристской дестинации (географическая территория, имеющая определенные границы, которая может привлекать и удовлетворять потребности достаточно широкой группы туристов) очень большой и позволяет:

- привлечь туристов (особенно в низкий сезон);
- ускорить возрождение города;
- увеличить туристскую вместимость и влияет на развитие инфраструктуры туризма;
- сформировать имидж как благоприятного места для проживания, работы и инвестирования.

Так же, как и событийный туризм, событийный или ивент-менеджмент - это быстрорастущая профессиональная область, в которой туристы - это потребители на потенциальном рынке запланированных мероприятий, а индустрия туризма стала заинтересованным лицом в их успехе и привлекательности. Но не все события должны быть ориентированы на туризм, так как некоторое опасение вызывает потенциальное негативное воздействие, связанное с принятием маркетинговой ориентации. Также у ивентов есть и другие цели, и задачи, включая формирование общества, возрождение городов, культурное развитие, поощрение национальных особенностей.

В таблице 1 представлена типология основных категорий ивентов, разделение осуществлено по критерию их формы, что представляет очевидную разницу в их целях и программах.

Типология ивентов

Культурные торжества	Политические и государственные	Бизнес и торговля	Искусство и развлечения
<ul style="list-style-type: none"> - фестивали; - карнавалы; - памятные церемонии; - религиозные праздники 	<ul style="list-style-type: none"> - саммиты; - политические события; - визиты VIP-персон 	<ul style="list-style-type: none"> - встречи, совещания; - ярмарки, выставки 	<ul style="list-style-type: none"> - концерты; - церемонии
Образовательные и научные:	Спортивные соревнования:	Развлекательные:	Частные ивенты:
<ul style="list-style-type: none"> - конференции; - семинары; - практические занятия 	<ul style="list-style-type: none"> - среди профессионалов и любителей; - для зрителей и участников 	<ul style="list-style-type: none"> - спорт и игры для развлечения 	<ul style="list-style-type: none"> - свадьбы; - вечеринки; - встречи

Некоторые из них представляют собой общественные праздники (программы таких мероприятий очень разнообразны, главной целью является воспитание и поощрение гражданской гордости и сплоченности населения), в то же время другие виды ивентов создаются для развлечения, забавы, соревнований, бизнеса или общения. Для проведения таких мероприятий требуются определенные условия и возможности. Таким образом, управляющие специализированных средств и оборудования (например, конгресс центры, спортивные арены) задействованы в проведении и организации определенных типов ивентов.

Событийный туризм и событийный менеджмент неразрывно связаны между собой. На рисунке 1 представлена взаимосвязь менеджмента туризма и ивент-менеджмента [33].



Рис 1. Взаимосвязь менеджмента туризма и ивент-менеджмента

Соприкосновение ивент-менеджмента и менеджмента туризма происходит при организации массовых специальных мероприятий, привлекающих большое количество участников в целях развития туристской дестинации. Событийный туризм объединяет спортивный, культурный, бизнес туризм, так как цель поездки приурочена к конкретному событию или мероприятию. Разработкой, планированием и проведением ивентов занимается такая отрасль как ивент-менеджмент. Изучением потребностей туристов, развитием туристской дестинации занимается менеджмент туризма. Объединив эти две области знаний, мы получаем событийный туризм, который, в свою очередь, продвигает туристскую дестинацию через проводимые событийные мероприятия или ивенты.

1.2. Алгоритм проектирования туристического фестиваля

Процесс создания туристского фестиваля проходит те же этапы, что и большинство остальных видов туров в туризме.

Первым этапом является определение направленности, целей и задач фестиваля. Целью может быть укрепление имиджа территории. Необходимо продумать какие результаты необходимо получить. От этого будет зависеть, каким именно способом участники фестиваля будут презентовать свои умения. Возможно, это будут выступления с определением победителей и вручением подарков, а быть может, мастер-классы, лекции, круглые столы или парад [38].

Второй этап – определение рамочных условий. На этом этапе следует определить финансовые и другие рамки по созданию и продвижению фестиваля:

- провести анализ уже существующих фестивалей;
- сопоставить между собой полученные данные и провести анализ.

Определение услуг является третьим этапом в проектировании фестиваля. На этом этапе начинается создание продукта, а именно составление четкого плана мероприятий. Необходимо определиться с регламентом фестиваля: дата открытия, перечень основных мероприятий, развлекательная программа, дата закрытия и награждение победителей, если изначально ставилась такая задача. От того, насколько масштабно представлен проект, будет зависеть его стоимость.

Выбор места проведения является важным этапом в проектировании мероприятия. В настоящее время стало очень модным сочетать фестивали с отдыхом в условиях живописной природы вдали от городской суеты или на берегу моря. Такая концепция привлекает огромное количество желающих посетить фестиваль и совместить приятное с полезным. Также необходимо продумать заранее, где смогут проживать гости фестиваля. Поблизости

должны быть гостиницы или пансионаты, способные вместить запланированное количество человек либо организованы кемпинги [38].

Очень важным этапом является получение разрешения на проведение фестиваля от местных властей. Ведь именно местные власти в случае непредвиденных ситуаций заботятся о безопасности гостей и участников массового мероприятия (подключают наряды милиции, скорую помощь и МЧС). Кроме того, тематика фестиваля может не совпадать с местными традициями и можно получить отказ о проведении фестиваля, когда подготовка к нему уже практически закончилась.

Подсчет бюджета и составление детальной сметы фестиваля – важный момент в планировании [15]. На данном этапе учитываются все планируемые затраты на организацию. Источниками финансирования могут быть: средства организаторов, регистрационный взнос участников, выручка от продажи билетов или спонсорская помощь.

Выбор и приглашение участников являются следующим этапом. Исходя из направленности фестиваля, необходимо определить, кто в нем может принять участие: физические лица, организации или творческие коллективы. Возможны ограничения, связанные с полом и возрастом или географией участников. После того, как потенциальным участникам разосланы приглашения и получен положительный ответ, необходимо позаботиться об их встрече, инструктаже и, при необходимости, расселении.

Любое массовое мероприятие нуждается в информационной поддержке [20]. Обеспечение рекламы – это важная составляющая фестивальной деятельности. Средства массовой информации помогут не только анонсировать предстоящее мероприятие, но и расскажут о происходящих событиях на фестивале широкой аудитории.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что проектирование фестиваля и его последующая реализация – это длительная и трудоемкая командная работа, требующая четкого постановления целей и задач.

ГЛАВА 2. ПРОЕКТИРОВАНИЕ ТУРИСТСКОГО ФЕСТИВАЛЯ «ЯРМАРКА ДВИЖЕНИЯ» ДЛЯ СЕМЕЙ С ДЕТЬМИ

2.1. Анализ спортивно-массовых событийных мероприятий, реализуемых в Екатеринбурге

Помимо традиционно особого места в социально-экономической структуре России, Екатеринбург является столичным центром одного из наиболее экономически развитых регионов с тенденцией усиления выполняемых социокультурных функций. Свердловская область — крупнейшая в Уральском округе - образована в 1934 году во время разделения Уральской области. Ее площадь составляет 194 300 кв. км, население — 4,3 млн. человек. Территория области расположена в северной части Уральских гор и на западной части Западно-Сибирской равнины. Главные реки принадлежат бассейну Оби и Камы, есть крупные озера (Большая Индра, Большой Вагильский туман, Исетское озеро).

Свердловская область обладает всеми необходимыми ресурсами для развития внутреннего и въездного туризма [40]:

- благоприятные природно-климатические условия;
- историческое и культурное наследие;
- высокий уровень развития экономики;
- инвестиционная привлекательность;
- удобное географическое расположение на границе Европы и Азии;
- развитая транспортная инфраструктура;
- включенность в систему федеральных и международных транспортных коридоров;
- насыщенный календарь российских и международных деловых мероприятий;

- индустрия развлечений и гостеприимства;
- наличие образовательных учреждений, готовящих профессиональные кадры в туристической отрасли.

Одним из ключевых видов туризма для Свердловской области является деловой туризм. Его активное развитие обусловлено статусом Екатеринбурга как крупнейшего промышленного и делового центра России с развитой транспортной, деловой, гостиничной инфраструктурой.

Свердловская область обладает богатым историко-культурным наследием. На территории региона расположены 1227 объектов культурного наследия, в том числе 98 памятника федерального значения.

В Свердловской области работают 30 государственных музеев и музейных комплексов, 81 муниципальный музей, 370 ведомственных и частных музеев, из которых 50 музеев представляют интерес для туристического посещения.

Регион обладает уникальными ресурсами религиозного и паломнического туризма. Многовековая традиция паломничества в Свердловской области связана с городом Верхотурье — историко-духовным центром Урала, который представляет собой историко-архитектурный музей-заповедник с уникальными памятниками русского православия и народного зодчества.

Свердловская область обладает богатым историко-культурным наследием. На территории региона расположены 1227 объектов культурного наследия, в том числе 98 памятника федерального значения.

В Свердловской области работают 30 государственных музеев и музейных комплексов, 81 муниципальный музей, 370 ведомственных и частных музеев, из которых 50 музеев представляют интерес для туристического посещения.

Регион обладает уникальными ресурсами религиозного и паломнического туризма. Многовековая традиция паломничества в Свердловской области связана с городом Верхотурье — историко-духовным

центром Урала, который представляет собой историко-архитектурный музей-заповедник с уникальными памятниками русского православия и народного зодчества.

В Свердловской области существует большой потенциал для развития различных видов активного туризма.

Продолжительный зимний сезон, обилие снега и особенности рельефа благоприятны для занятия зимними видами спорта. В Свердловской области оборудованы 17 горнолыжных комплексов, среди них: «Гора Белая» и «Гора Долгая» (Нижний Тагил), «Гора Ежовая» (Невьянск), «Гора Волчиха» (Ревда), «Гора Пильная» и «Гора Теплая» (Первоуральск) и «Гора Уктус» в черте города Екатеринбурга и т.д.

Традиционными стали международные спортивные мероприятия — Международный горный марафон «Конжак», Кубок мира по альпинизму, Всероссийский турнир по стритболу "Оранжевый мяч", Международный лыжный марафон «Европа-Азия», Чемпионат Европы по настольному теннису. Летом 2018 года в Екатеринбурге пройдет «Чемпионат Мира по футболу 2018».

Богатое природное наследие, разнообразие флоры и фауны представляют собой уникальные возможности для развития экологического туризма в Свердловской области (заповедники, природные памятники). На территории Свердловской области насчитывается около 500 памятников природы, среди них геологические, геоморфологические, гидрологические, ботанические и ландшафтные. Висимский заповедник и заповедник «Денежкин камень», национальные парки «Припышминские боры» и «Оленьи ручьи», природные парки «Река Чусовая» и «Бажовские места» ежегодно привлекают туристов, разрабатывая новые туристские маршруты, организуя событийные мероприятия и развивая инфраструктуру для отдыха туристов в любое время года.

Именно на территории Свердловской области есть предпосылки и возможности внедрения модели нового для России направления в развитии

туристической отрасли — индустриального туризма. Демидовский завод (г. Нижний Тагил) является единственным в стране, крупнейшим и интереснейшим объектом мирового индустриального наследия, демонстрирующий полный металлургический цикл: на его площадке сохранен оригинальный индустриальный ландшафт, представлены металлургические технологии всех видов энергии: вода-пар-электричество.

Относительно новым и перспективным направлением является сельский туризм. Нижнесергинский и Алапаевский районы располагают развитой инфраструктурой, позволяющей горожанам приобщиться к традиционному укладу жизни сельских жителей. Важность данного вида туризма определяется его возможностями стать источником дополнительного, а иногда и основного дохода для сельского населения.

Минералогический туризм в Свердловской области — одно из приоритетных направлений туризма. Этому способствует наличие доступных минералогических маршрутов к местам добычи самоцветных камней и руд драгоценных металлов (Липовское месторождение, Минералогический музей им. А.Е. Ферсмана, карьер по добыче хризотил-асбеста, Музей золота г. Березовский).

Важно отметить, что ежегодно формируемый Календарь событий и праздников на территории Свердловской области и в городе Екатеринбурге создает основу событийного туризма. Внимание гостей привлекают туристские, музыкальные, гастрономические и фольклорные фестивали: «Майский экстрим» (город Екатеринбург), «Майская прогулка» (окрестности города Екатеринбурга), Международный Фестиваль барбекю (июнь, г. Екатеринбург) и т.д. (по материалам ГБУ СО "Центр развития туризма Свердловской области" при Правительстве Свердловской области).

Также хочется отметить, что Центр развития туризма Свердловской области в рамках международной выставки «Интурмаркет» подписал соглашение о сотрудничестве и социальном партнерстве с национальным маркетинговым центром по туризму Visit Russia/Время отдыхать в России

[34]. Предметом соглашения стало сотрудничество по всестороннему и эффективному развитию внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации и продвижению национального туристского продукта Свердловской области.

Основная цель проекта создания национального маркетингового центра Visit Russia/Время отдыхать в России – превратить нашу страну в привлекательное туристическое направление, создать моду на путешествия в Россию и по России. Задачи проекта: продвижение туристского потенциала российских регионов на международном и внутреннем рынках, на новых принципах партнерства государства и бизнеса, построение позитивного имиджа России в мире как дружелюбной и гостеприимной страны, пропаганда и продвижение богатейших ресурсных возможностей нашей страны для развития внутреннего туризма, формирование инфраструктурной платформы для российских регионов и туристского бизнеса.

По данным Приложения №1 к Решению Екатеринбургской городской Думы от 26 января 2016 года в 2015 году в городе Екатеринбурге проведено 1 633 физкультурно-массовых и спортивных мероприятий, в том числе 17 международных, 225 всероссийских, 230 областных, 465 городских и 696 районных по 72 видам спорта. В городских физкультурных и спортивных мероприятиях в 2015 году приняли участие свыше 218 000 человек различных возрастных групп [4].

Перечень самых крупных массовых и спортивно-массовых мероприятий г. Екатеринбурга:

- «Лыжня России–2015» – самое массовое мероприятие в зимний период. Впервые центральный старт Свердловской области был перенесен из Нижнего Тагила в Екатеринбург: гонка была организована на площадке МВЦ «Екатеринбург–ЭКСПО». В 2015 году Лыжня России в Екатеринбурге стала самой массовой за всю историю и собрала более 29 000 человек;
- всероссийский день бега «Кросс нации–2015» – самое массовое спортивное мероприятие Екатеринбурга с участием рекордного количества

любителей бега – 48 343 человека, более половины из которых – представители ВУЗов города;

- легкоатлетическая эстафета «Весна Победы», в которой приняло участие 246 команд, 204 из которых представляли город Екатеринбург. В этом году эстафета прошла в 79-й раз;

- 32-я традиционная Майская прогулка–2015. В пешей прогулке на дистанциях 20, 31 и 50 км приняло участие рекордное количество участников – 4 559 человек. Последние пять лет в рамках Майской прогулки сформировалось самостоятельное велонаправление, получившее название «Майская велопрогулка». В 2015 году была подготовлена дистанция на 30 км, в велопрогулке приняло участие почти 7 500 любителей велоспорта. Впервые старт был организован из центра города, финиш – в микрорайоне Академический;

- всероссийские массовые соревнования по спортивному ориентированию «Российский Азимут»;

- всероссийские соревнования по конькобежному спорту «Лед надежды нашей–2015»;

- всероссийские соревнования по уличному баскетболу «Оранжевый мяч–2015»;

- соревнования «Футбольная страна–2015»;

- 50-я легкоатлетическая эстафета «Юность», проведенная в рамках празднования Дня молодежи, с участием 53 команд;

- 58-я традиционная комбинированная эстафета на призы газеты «Вечерний Екатеринбург», в которой приняло участие рекордное количество команд – 147;

- спортивный праздник «Мама, папа, я – спортивная семья»;

- День города, в рамках которого были проведены: фестиваль «Спортивная феерия» (в программе: игры по настольному теннису, открытый турнир по уличному баскетболу, стантрайдинг-шоу, черлидинг-шоу,

воркаут); танцевальный флешмоб «На стыке континентов», который собрал поклонников массового исполнения танцев и пр.

- День молодежи, в рамках которого были проведен III фестиваль здоровья и красоты – традиционный фестиваль фитнес-клубов Екатеринбурга, проводимый на протяжении 12 лет на центральных площадках в День молодежи в целях популяризации различных форм современного хореографического искусства и направлений фитнеса среди жителей города;

- День Победы – в Екатеринбурге традиционно проходят более десятка торжественных мероприятий. Форматы празднований: парад войск, народные шествия, спортивные акции, концерты и фейерверки. В праздновании занято около 27 городских площадок;

- Ночь музеев – международная акция, нацеленная на демонстрацию потенциала современных музеев и привлечение в музеи молодежной аудитории;

- День России – это день принятия Декларации о государственном суверенитете России. На площадке исторического сквера организуется праздничный концерт, с участием всех творческих коллективов города. Кульминацией празднования становится коллективное исполнение гимна РФ. Аудитория около 5000 человек;

- Мисс Екатеринбург – ежегодный общегородской конкурс красоты;

- Фестиваль духовых оркестров (2016 г.);

- Ural Music Night (2016 г.) – Уральская музыкальная ночь является ликбезом для тех, кто не причисляет себя к меломанам. Ночью презентуются все жанры музыки на разных площадках. Основной принцип мероприятия: «Музыка должна быть открыта для всех»;

- Фестиваль «Безумные дни» - престижнейший и крупнейший музыкальный фестиваль Европы и мира. Каждый год для фестиваля выбирается конкретная тема – 2016 год посвящен теме природы;

- Ледовый городок. Ежегодно проводится с уникальной тематикой, основной символ – главная елка высотой 46 м., украшенная 5000 лампочек. Начало и окончание работы городка ознаменовано официальной церемонией Открытия/Закрытия с присутствием первых лиц города. Помимо развлекательных программ во время всего периода работы городка функционирует ярмарка новогодних сувениров;

- Масленица – это веселый народный праздник, знаменующий конец зимы и начало весны. В Екатеринбурге главные масленичные гулянья проходят в ЦПКиО им. Маяковского. Проводы зимы по традиции сопровождаются обрядами, состязаниями, народными гуляниями, песнями, плясками, хороводами и веселыми конкурсами с призами.

Главным преимуществом событийного туризма в Екатеринбурге является разнообразие ярких событий, которое с каждым годом пополняется и выходит на новый уровень.

Большую часть, а именно 50% из реализуемых в Екатеринбурге крупных фестивалей занимают спортивные мероприятия, ориентированные на определенное спортивное направление (рис. 2).

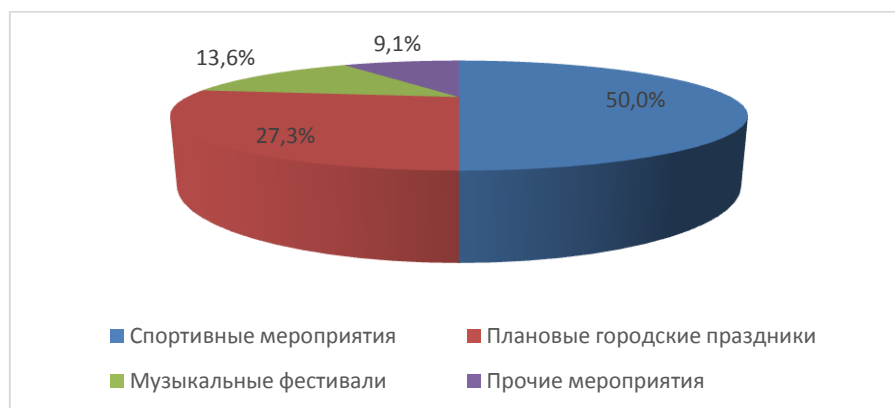


Рис 2. Распределение количества массовых мероприятий, проведенных в Екатеринбурге по направлениям в 2015 году

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что массовые и спортивно-массовые мероприятия играют важную роль в развитии внутреннего туризма и формировании положительного имиджа города и области в целом.

2.2. Разработка проекта фестиваля «Ярмарка движения»

По данным Управления здравоохранения Администрации Екатеринбурга за 2014 год в структуре общей смертности населения преобладали болезни системы кровообращения (47%) и злокачественные новообразования (19%). Профилактика неинфекционных заболеваний – первоочередная задача, стоящая перед Екатеринбургом. Поскольку высокая смертность от сердечно-сосудистых заболеваний является основной причиной в общей смертности в Российской Федерации, 2015 год был объявлен Президентом РФ годом борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями [36].

По данным Всемирной организации здравоохранения (рис. 3), главными факторами риска в общей смертности населения являются повышенное артериальное давление (35,5%) и гиперхолестеринемия (23%).

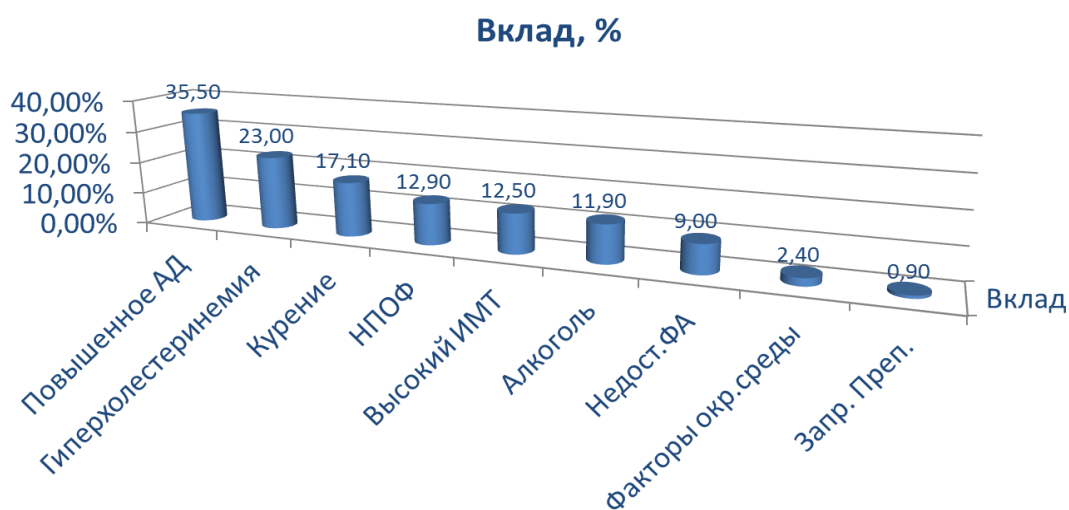


Рис 3. Факторы риска в общей смертности населения

Как видно из рисунка 3, в профилактике неинфекционных заболеваний у населения важную роль играет снижение распространенности поведенческих факторов риска: курения, нерационального питания, низкой физической активности, стресса, злоупотребления алкоголем. Следует отметить, что в отдельных исследованиях, по данным ГНИЦ ПМ МЗ РФ, роль отдельных факторов риска – низкой физической активности, низкого потребления овощей и фруктов значительно выше, чем в приведенной диаграмме (физическая активность – до 35%, низкое потребление овощей и фруктов – до 32%) [37].

Низкая физическая активность - очень важный и существенный фактор риска хронических неинфекционных заболеваний, в том числе и сердечно-сосудистых заболеваний. Население практически ничего не знает о рекомендуемой ВОЗ дозе физических нагрузок, о квалификации физической нагрузки (низкая, умеренная, высокая).

Фестиваль – широкая общественная праздничная встреча, сопровождающаяся просмотром достижений каких-нибудь видов искусства [28].

Понятие «Фестиваль» у многих ассоциируется, прежде всего, с праздником, собирающим в одном месте большое количество людей, которых объединяют общие интересы. Также фестиваль можно использовать как эффективную PR-кампанию, так это масштабное мероприятие, предполагающее участие большого количества людей и привлекающее внимание СМИ.

Проанализировав массовые мероприятия, проводимые в Екатеринбурге и уровень смертности населения, было принято решение спроектировать и провести уникальное по формату массовое мероприятие (популяционная профилактика заболеваний ориентирована на коррекцию или устранение факторов риска инфекционных и неинфекционных заболеваний, и является самой действенной), которое, станет не только ярким событийным мероприятием, но и принесет пользу здоровью для тех, кто принял в нем участие.

Многие люди знают, что надо вести активный образ жизни, но в силу различных причин не делают этого. Им нужен повод, чтобы начать. Основная цель будет направлена именно на это. Цель фестиваля – увеличение уровня физической активности посетителей мероприятия, тем самым снижение распространенности поведенческого фактора (низкая физическая активность) риска развития сердечно-сосудистых заболеваний.

В процессе постановки целей и задач было проведено популяционное исследование распространенности факторов риска неинфекционных заболеваний среди трудоспособного населения г. Екатеринбурга. Период проведения: с апреля по июнь 2015 г. Исследование было реализовано путем проведения телефонного опроса среди жителей города. Общее количество опрошенных составило 1602 респондента в возрасте от 25 до 64 лет. Опросник был разработан специалистами ФГБУ КДЦ «Государственный научный исследовательский центр профилактической медицины» [37]. Исследование реализовывалось согласно методическим рекомендациям международного исследовательского проекта «CINDI».

Исходя из данного исследования, определилась целевая аудитория фестиваля – это население в возрасте старше 35 лет (см. прил. 1). Именно это население наименее физически активно, молодые семьи с детьми, молодежь – та аудитория, которая активно откликается и принимает участие в мероприятиях.

Следующий этап в проектировании фестиваля – это определение названия фестиваля и создание логотипа. Отталкиваясь от цели мероприятия, было выбрано название – «Ярмарка движения». Слово «движение» даст посетителям понимание о том, что фестиваль имеет спортивно-оздоровительную направленность. Слово «ярмарка» подразумевает, то что на фестивале будут выставлены услуги представителей фитнес-индустрии города, которые можно не только увидеть, но и «попробовать».

Был разработан логотип мероприятия (рис. 4), для того, чтобы оно стало более ярким и запоминающимся.



Рис 4. Логотип фестиваля «Ярмарка движения»

Стилизованная стрелка в логотипе подразумевает движение. Оттенки зеленого цвета в логотипе тоже использованы не случайно. Зеленый цвет – это симбиоз двух цветов, поэтому в психологии значение этого цвета двойное: с одной стороны – безграничная энергия, с другой – всепоглощающее спокойствие. А в светофорах зеленый цвет подразумевает движение.

Следующий шаг в проектировании фестиваля – определение даты и места (площадки) проведения праздника.

Место и дата проведения «Ярмарки движения» - вторая суббота сентября в Центральном парке культуры и отдыха им. В.В.Маяковского.

Данная дата была выбрана не случайно – это суббота, которая для большинства людей является выходным днем, а выходной день априори увеличивает количество потенциальных посетителей. Кроме того, дата не пересекается с другими городскими и спортивными массовыми мероприятиями, проводимыми в городе, что исключает снижение количества гостей по этой причине. Основа фестиваля – ярмарка услуг представителей фитнес-индустрии, где предполагается возможность поучаствовать в спортивных мастер-классах, получить скидки и бонусы и записать детей или себя в спортивные секции. «Ярмарка движения», должна помочь родителям в начале учебного года сориентироваться во всем многообразии видов

физической активности, чтобы, попробовав разное, выбрать для себя и для своих детей именно то, что нужно.

Место также было выбрано не случайно: центральный парк культуры и отдыха им. В.В.Маяковского является муниципальным подразделением Управления культуры г. Екатеринбурга, что возможно позволит сократить расходы на проведение фестиваля и рассчитывать на взаимодействие и поддержку со стороны парка, т. к. фестиваль имеет высокую социальную значимость. Был отправлен запрос руководству парка на расчет стоимости услуг по предоставлению площадки и проведения сопровождающих работ – цена составила 342 000 рублей (прил. 2).

Кроме того, парк имеет свой положительный имидж среди горожан и гостей города, сформированный за годы работы. Он достаточно популярен и имеет всю необходимую инфраструктуру для проведения массового мероприятия (2 сцены – большая и малая, мультимедиа экраны, электропитание, туалеты, точки питания, зона развлечений - аттракционы), что делает его еще более привлекательным. Площадь парка отличается большой вместительностью, что также является важным фактором при выборе площадки проведения фестиваля. К тому же в парке живописная природа, находящаяся в относительном удалении от городской суеты, что делает выбранную площадку более привлекательной для потенциальных посетителей фестиваля.

Дальнейший шаг в проектировании фестиваля – это составление четкого плана мероприятий. Было принято решение - в рамках ярмарки для привлечения населения и создания общей атмосферы спортивного праздника провести массовую нон-стоп зарядку, с участием известных екатеринбургских спортсменов и медийных персонажей; ярмарку услуг, предоставляемых финтес-клубами, танцевальными студиями города.

Основная идея: каждый посетивший ярмарку получит возможность познакомиться с различными направлениями доступного, бесплатного и модного фитнеса (воркаут, скандинавская ходьба, велосипед, бег, модные

направления, предлагаемые фитнес-центрами), и получит в подарок бесплатные купоны от организаторов на пробные занятия в клубах. Кроме того, планировалась «распродажа» различных льготных абонементов на посещение фитнес-центров в течение года.

Продолжительность фестиваля должна быть достаточной, чтобы посетители в полной мере смогли насладиться мероприятием и успеть посетить большую часть площадок. Но также фестиваль не должен быть слишком затянут по времени. Фестиваль «Ярмарка движения» должен быть с активной программой, продолжительностью не более 4-5 часов.

План основных мероприятий:

1. Выставка услуг представителей фитнес-индустрии города, которая подразумевает участие фитнес-клубов, фитнес-центров, танцевальных студий и физкультурно-оздоровительных комплексов. В связи с тем, что проведение фестиваля планируется на сентябрь и площадка проведения находится под открытым небом, во избежание проблем, которые могут возникнуть из-за возможных неблагоприятных погодных условий, участников планируется разместить в крытых шатрах $5 \times 5 \text{ м}^2$, рассчитанных на 3-4 участников. Каждому участнику предоставляется 1 стол, 2 стула и доступ к электропитанию. Участник презентует свое учреждение и имеет право: самостоятельно оформить свое место (использовать рекламные баннеры, аппаратуру для видео-показа рекламных роликов и пр.); раздавать печатную продукцию, купоны на скидку, подарочные сертификаты и пр.; проводить спортивные мастер-классы на прилегающей к шатру территории, согласно плану проведения мастер-классов;

2. Массовая зарядка на сцене. В центральном парке культуры и отдыха им. В.В. Маяковского имеются 2 сцены: малая и большая. Зарядка подразумевает под собой контакт ведущего или выступающих со зрителями. Чтобы этот контакт был более близким и эффективным лучше использовать малую сцену. В этом случае и ведущий, и выступающие будут находиться в непосредственной близости с гостями фестиваля, что дает лучший обзор

сцены. На сцене планируется выступление известных в г. Екатеринбурге спортсменов и участников фестиваля – представителей фитнес-индустрии. Спортсмены будут делиться своим опытом с гостями фестиваля и проводить разминочный комплекс упражнений, который гости будут повторять за выступающим. Представители фитнес-индустрии будут презентовать свое учреждение при помощи показательного выступления какого-либо направления фитнеса. Это может быть танцевальный номер, единоборства, зарядка и пр. Выступления на сцене должны быть динамичными и яркими. На малой сцене расположен мультимедиа экран и все выступления можно в режиме онлайн транслировать на него. Программу выступлений можно разбавлять нейтральными выступлениями (например, вокальный номер), конкурсами и розыгрышами призов от спонсоров, партнеров и участников фестиваля.

3. Весь фестиваль должен быть пронизан общей идеей. Для этого можно провести акцию, которая объединит все действо. На входе в парк каждому посетителю можно раздавать ленту с использованием логотипа фестиваля или ленту подходящей цветовой гаммы. Лента символизирует движение и стремление вести здоровый образ жизни. Девизом акции может быть: «Носи ленточку, двигайся на здоровье!» (рис. 5).



Рис 5. Пример ленты акции

План дополнительных мероприятий:

1. В связи с тем, что фестиваль имеет спортивно-оздоровительную направленность, часть площадок должна быть направлена на пропаганду здоровый образ жизни. Для этого в планировании проведения фестиваля включена акция «Здоровый обмен». Данная акция подразумевает возможность обмена вредных продуктов питания, алкоголя, сигарет и пр. на вещи, которые, так или иначе, подразумевают ведение здорового образа жизни. Это может быть спортивный инвентарь или фрукты. Также на данной площадке логично раздавать всем желающим печатную продукцию профилактического содержания, которая пропагандирует здоровый образ жизни.

2. Не каждый человек знает свой уровень физической подготовки. Для того чтобы гости фестиваля имели возможность не только поучаствовать в различных спортивных мастер-классах, но и могли оценить свой уровень физической подготовки, в фестиваль включено проведение теста 2км ходьбы. Тест 2-х километровой ходьбы – это способ определения максимальной аэробной мощности для здоровых взрослых людей. Данный тест был разработан в Финляндии в научно-исследовательском центре оздоровительной медицины «Институт UKK». Перед проведением теста собираются антропометрические данные участников: пол, возраст, рост, вес. Далее участники должны пройти дистанцию в 2 км по ровной грунтовой дороге, максимально быстрым, но не переходящим в бег шагом. При этом регистрируется время старта и финиша, высчитывается время, затраченное обследуемым на прохождение дистанции. При финишировании у обследуемого собираются показания пульса. Таким образом, при использовании полученных антропометрических данных, а также времени, затраченного на ходьбу и показаний пульса, по специальной формуле высчитывается категория физического состояния испытуемого. Разработчики теста предлагают для оценки физического состояния 5 категорий:

- Физическое состояние значительно ниже среднего (менее 70 баллов)
- Физическое состояние несколько ниже среднего (71-89 баллов)
- Среднее физическое состояние (норма) (90-110 баллов)
- Физическое состояние несколько выше среднего (111-130 баллов)
- Физическое состояние значительно выше среднего (более 130 баллов)

Необходимо отметить, что категория физического состояния нормирована по возрасту, т.е. это не абсолютный показатель физической подготовки, а оценка физического состояния именно с учетом и в соответствии с возрастом участника. Для проведения теста можно привлечь волонтерские организации и профессиональных спортивных инструкторов, предварительно проведя инструктаж. Наиболее подходящей трассой для проведения теста 2км ходьбы в парке является ретро аллея.

3. В 2015 году МАУ «Городской центр медицинской профилактики» была реализована акция «Узнай свое давление, прояви заботу о сердце!» [36]. Мобильные пункты измерения артериального давления работали в торговых и офисных центрах города с целью профилактики сердечно-сосудистых заболеваний. Так как сердечно-сосудистые заболевания являются основной причиной смертности в Российской Федерации и в частности в Екатеринбурге данная акция органично вписывается в идею фестиваля «Ярмарка движения».

4. Также, чтобы гости фестиваля следили не только за своей спортивной формой, но и за состоянием своего здоровья и могли в случае чего оказать первую медицинскую помощь нуждающимся, на фестивале можно организовать мастер-класс по оказанию первой медицинской помощи при травмах, инсультах, инфарктах. Проведение данного мастер-класса можно организовать при помощи студентов медицинского колледжа и медицинской академии. В данных учебных заведениях развито волонтерское

движение, что позволяет исключить затраты на организацию работы данной площадки.

5. Чтобы увеличить интерес к фестивалю в проект включено проведение конкурса фотографий «Самый дружный спортивный коллектив», среди предприятий города Екатеринбурга (прил. 3). Данный конкурс необходимо проводить за 1-2 месяца до даты проведения самого фестиваля, чтобы успеть пригласить к участию предприятия, собрать работы и оценить их. Жюри конкурса по разработанным критериям определяет 3-5 работ, набравших максимальное количество баллов, а также 1-2 работы, которым присваивается звание - "зрительские симпатии ". Определение количества победителей остается и сроков проведения конкурса в праве за организаторами конкурса. На основании результатов конкурса готовится альбом «Самый дружный спортивный коллектив» города Екатеринбурга, состоящий из Работ Победителей. Альбом размещается на сайте организаторов фестиваля. Победители конкурса награждаются благодарственными письмами и получают возможность представить свою компанию на фестивале «Ярмарка движения» и провести 2-5 минутную зарядку. Денежная компенсация призов не производится.

6. Фотозона на фестивале будет ярким дополнением праздника. Любой желающий сможет сфотографироваться на память, а также найти свои фотографии на сайте организатора. Фотозона должна быть тематической и поддерживать основную идею фестиваля – спорт и здоровый образ жизни. Это может быть фотозона со спортивным инвентарем, либо с композицией, которая так или иначе связана со спортом.

7. Так как данный фестиваль ориентирован на семьи с детьми – обязательно должна быть детская площадка, где дети смогут принять участие в фестивале и получить поощрительные призы.

8. Для того чтобы увеличить активность на всех площадках фестиваля необходимо организовать игровой квест. Квест – это разновидность игр, где играющий проходит по запланированному сюжету,

стремясь выполнить какое-либо задание или поручение. Квест «Ярмарки движения» подразумевает то, что посетитель фестиваля должен принять участие на каждой из площадок, получить отметку на схеме квеста фестиваля (прил. 4), которая выдается каждому желающему на входе в парк. Участник должен получить максимальное количество отметок. Это дает ему право на розыгрыш главного приза, который может быть учрежден спонсорами, партнерами или организаторами «Ярмарки движения». После получения всех отметок схема сдается организаторам, которые в конце фестиваля проводят розыгрыш и награждают победителей. Этот ход позволит не только увеличить уровень активности на площадках, но и придаст больший интерес к данному мероприятию.

9. Чтобы добиться цели поставленной фестивалем, необходимо не только заинтересовать гостей «Ярмарки движения» спортом, но и подтолкнуть их к ведению здорового образа жизни и увеличению их физической активности. Для этого предполагается ввести единый купон, который даст право посетителям на первое бесплатное занятие в фитнес-клубе, который его больше заинтересовал. Для этого необходимо обязать всех участников дать такое право и раздавать эти купоны всем желающим. Этот шаг позволит фитнес-клубам повысить количество своих клиентов и оценить эффективность проведенного фестиваля.

Логистика ярмарки предполагает учитывать географическое расположение клубов и доступность их услуг. Это позволит не столкнуться потенциально конкурирующих участников. А также создаст удобство для посетителей, которые пришли с целью подобрать себе фитнес-клуб исходя из его географического положения и ценовой политики. Расположение каждой из площадок должно быть в относительном удалении друг от друга, но при этом не раскиданное по всей территории парка. Схема расположения площадок представлена на рисунке 6.



- Тест 2км ходьбы
- Площадки мастер-классов, акция «Здоровый обмен», детская площадка
- Акция «Измерь свое давление, прояви заботу о сердце!»
- Малая сцена
- Фотозона

Рис 6. Схема расположения площадок

Была составлена детальная смета, в которой учтены все планируемые затраты на организацию (табл. 2).

Таблица 2

Смета затрат на организацию фестиваля

Наименование услуги	Стоимость
Площадка и техническое сопровождение мероприятия (с учетом 10 участников)	342000 руб.
Изготовление рекламных баннеров	11385,60 руб.
Изготовление флажков	3000 руб.
Печатная продукция (купоны, дипломы, благодарственные письма)	41200 руб.
Ведущий	30000 руб.
Видео и фото сопровождение, создание отчетного ролика	300000 руб.
Информационная поддержка в интернете, на радио	90000 руб.
ИТОГО	817585,60 руб.

Стоимость услуг предоставлена компаниями:

1. ООО РПФ РАДУГА;
2. ООО «Медиа Арми»;
3. Издательство «Раритет»;
4. МБУК «ЕЦПКиО им.В.В. Маяковского»;
5. Компания «Big Beach Films».

Для того чтобы сократить финансовые расходы на проведение фестиваля, необходимо произвести поиск дополнительных финансов. Это может быть спонсорская и партнерская помощь. Спонсорская помощь подразумевает покрытие части расходов на организацию фестиваля финансовыми средствами спонсора. Партнерская помощь – организация какой-либо помощи силами партнера на безвозмездной основе без оплаты.

Информационная поддержка – это очень важная составляющая фестивальной деятельности. СМИ помогут не только анонсировать предстоящее мероприятие, но и расскажут о происходящих событиях на фестивале широкой аудитории. Информационная поддержка в любом случае подразумевает затраты. Без нее фестиваль рискует быть не проведенным, так как о нем не будет известно. Информационную поддержку необходимо подготовить заранее и подогреть интерес у потенциальных посетителей накануне мероприятия. Рекламная кампания может быть бюджетной – это анонс фестиваля при помощи социальных сетей, но это требует определенных навыков, четкого плана действий и хорошо подготовленных публикаций. Также можно подготовить пресс-релиз мероприятия и разослать его местным СМИ и информационным порталам. Новость могут опубликовать бесплатно, что поможет привлечь необходимую аудиторию. Также рекламную кампанию можно провести при помощи участников фестиваля, путем размещения у них печатной продукции, объявлений, публикаций на их страницах в социальных сетях, которые увидят их клиенты. Платных вариантов анонса мероприятия также великое множество. Это может быть реклама в интернете, на телевидении, на радио, на

мультимедиа экранов города, на билбордах и т.д. Все зависит от бюджета, который готов потратить на информационную поддержку организатор.

Также необходимо учесть, то, что мероприятие, возможно, осуществить только в том случае, если при реализации фестиваля учитываются требования, выставленные в постановлении Правительства Свердловской области от 30.05.2003 N 333-ПП «О мерах по обеспечению общественного порядка и безопасности при проведении на территории Свердловской области мероприятий с массовым пребыванием людей» [3].

2.3. Реализация проекта фестиваля «Ярмарка движения» в 2015, 2016 годах

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Фестивальная практика в Российской Федерации, так и в Екатеринбурге в последние годы получает все большее распространение [26]. Несмотря на трудности в процессе организации и в поисках бюджетного финансирования организаторы, благодаря своему труду и усилиям находят пути решений, чтобы уровень туристской привлекательности России и отдельных ее регионов постоянно возрастал.

Проектирование фестиваля и его последующая реализация – это длительная и трудоемкая командная работа, требующая четкого постановления целей и задач.

Событийный туризм, и организация фестивальных туров в том числе, является уникальным видом туризма, так как он неисчерпаем по содержанию [30]. Перспективы развития фестивальной деятельности в Екатеринбурге – центре Уральской области можно оценить положительно. Екатеринбург обладает большим как культурным, так и природным потенциалом.

В 2015 году разработанный проект был впервые апробирован. Проведение фестиваля показало, что массовые и спортивно-массовые мероприятия играют важную роль в развитии внутреннего туризма в Екатеринбурге и в области в целом. Они являются своеобразным катализатором социально-культурного развития населения.

Опыт проведения фестиваля был учтен при организации и проведении фестиваля в следующем году. Так в 2016 году на фестивале было увеличено количество участников фестиваля и проводимых мастер-классов. Организационные моменты, которые в 2015 году вызвали трудности, такие как время и схема заезда и выезда из парка, были учтены и доработаны.

Таким образом, регулярное проведение данного фестиваля будет способствовать формированию положительного имиджа Екатеринбурга как туристской дестинации, здорового образа жизни и профилактике сердечно-сосудистых заболеваний среди населения.

Деятельность МАУ «Городского центра медицинской профилактики» свидетельствует о том, что программно-целевое финансирование фестивальных проектов представляется эффективным не только для сферы туризма, но и для других учреждений культуры, искусства, спорта и здравоохранения города. Финансирование конкретных проектов позволяет более эффективно и рационально использовать выделяемые в сферу развития туризма субсидий из местного бюджета.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. ГОСТ Р 50681-94 Туристско-экскурсионное обслуживание. Проектирование туристских услуг [Текст] : – Введ. 1996-07-01. – Минск: Межгос. совет по стандартизации, метрологии и сертификации; М. : Изд-во стандартов, 2004. – 13 с.
2. О внесении изменений в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» [Текст] : федер. закон: принят Гос. Думой 17 янв. 2007 г. – 20 с.
3. О мерах по обеспечению общественного порядка и безопасности при проведении на территории Свердловской области мероприятий с массовым пребыванием людей [Текст] : постановление Правительства Свердловской области: принято 30 мая 2003 г. – 10 с.
4. О проведении спортивных мероприятий и соревнований в муниципальном образовании «город Екатеринбург» в 2015 году [Текст] : решение: принято Екатеринбургской Гос. Думой 26 янв. 2016 г. – 7 с.
5. Об утверждении и реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по проведению в 2015 году в муниципальном образовании «город Екатеринбург» Года борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями [Текст] : постановление Администрации г. Екатеринбурга: принято 1 июн. 2015 г. – 4 с.
6. Об утверждении и реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по снижению смертности населения муниципального образования «город Екатеринбург» от сердечно-сосудистых заболеваний в 2016 году [Текст] : постановление Администрации г. Екатеринбурга: принято 27 мая 2016 г. – 3 с.
7. Арбузов, А. Ф. География туризма [Текст] : учебник / А. Ф. Арбузов. — М.: Издательский центр «Академия», 2009. — 160 с.

8. Ариарский, М. А. Прикладная культурология как область научного знания и социальной практики [Текст] : учеб. пособие / М. А. Ариарский. – СПб. : Олимп, 1999. — 275с.
9. Бабкин, А. В. Специальные виды туризма. [Текст] : учеб. Пособие / А. В. Бабкин. – Ростов н/Д. : Феникс, 2008. — 252 с.
10. Балабанов, И. Т. Экономика туризма [Текст] : учеб. пособие для вузов / И. Т. Балабанов, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 176 с.
11. Бирженюк, Г. М. Основы региональной культурной политики и формирование культурно-досуговых программ. [Текст] : монография / Г. М. Бирженюк, А. П. Марков. - СПб. : 2004. – 127 с.
12. Большой Глоссарий терминов международного туризма [Текст] : в 2 т. / под ред. М. Б. Биржакова, В. И. Никифорова. – СПб. : Невский фонд, 2003. – 992 с.
13. Вотинцева, Н. А. Правовое обеспечение туристской индустрии в России [Текст] : учеб. пособие / Н. А. Вотинцева. – М. : Дашков и К; Ростов н/Д. : Наука - Спектр, 2011. – 320 с.
14. Зайцева, Н. А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебник / Н. А. Зайцева. – М. : Академия, 2003. – 224 с.
15. Ильина, Е. Л. Туроперейтинг [Текст] : учебник / Е. Л. Ильина. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 480 с.
16. Квартальнов, В. А. Туризм: теория и практика. Избранные труды в 5-ти томах [Текст] : учебник / В.А. Квартальнов. – М.: Финансы и статистика, 2006 -340 с.
17. Квартальнов, В.А. Теория и практика туризма [Текст] : учебник / В.А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 672 с.
18. Киселева, Т. Г. Основы социально-культурной деятельности [Текст] : учеб. пособие / Т. Г. Киселева, Ю. Д. Красильников. – М. : 2003. – 164 с.
19. Кротова, Е.Л. Рекреационно-туристский комплекс региона: стратегические приоритеты развития [Текст] / Е.Л. Кротова. – Екатеринбург : Институт экономики УрО РАН, 2003. – 198 с.

20. Курбатов, В. И. Социальное проектирование [Текст] : / В. И. Курбатов, О. В. Курбатова. – Ростов н/Д. : Феникс, 2001. – 416 с.
21. Марков, А. П. Основы социально-культурного проектирования [Текст] : учеб. пособие / А. П. Марков, Г. М. Бирженюк. – СПб. : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2001. – 260 с.
22. Морозов, М. А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме [Текст] : учебник / М. А. Морозов. – 2-е изд., исправ. и доп. – М. : Академия, 2006. – 288 с.
23. Новикова Л. Ф. «Ярмарка движения» как форма реализации первой стратегии ВОЗ по повышению физической активности [Текст] / Л. Ф. Новикова, К. В. Фот, А. Н. Харитонов // Профилактическая медицина. – 2016. – №19. – выпуск 2. – С. 79.
24. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта [Текст] : учебно – практич. пособие / О. Ю. Грачева [и др.]. – М. : Изд. – торговая корпорация «Дашков и К», 2010. – 276 с.
25. Правовое регулирование в туризме: нормативно-правовые акты [Текст] / сост. Н. И. Волошин. – М. : Совет. спорт. 2004. – 688 с.
26. Рыжкова, З. П. Фестиваль как форма коммуникации: результаты культурного проекта, поддержанного региональной администрацией [Текст] / Справочник руководителя учреждения культуры. – М. : 2003. – № 6. – С. 88 – 96.
27. Соколов, А. В. Феномен социально-культурной деятельности [Текст] / учеб. пособие / А. В. Соколов. – СПб. : СПбГУП, 2003. – 204 с.
28. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений [Текст] / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – М. : А Темп, 2006. – 944 с.
29. Федотов, Ю.Н. Спортивно-оздоровительный туризм [Текст] : учебник / Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков; под общ. ред. Ю.Н. Федотова. – М. : Советский спорт, 2003. – 328 с.

30. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.atorus.ru>. – Загл. с экрана.
31. Бизнес-школа City Business School [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.http://e-mba.ru>. – Загл. с экрана.
32. Виртуальная справочная служба [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.korunb.nlr.ru/query_form.php. – Загл. с экрана.
33. Все о туризме – туристическая библиотека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tourlib.net>. – Загл. с экрана.
34. Наш Урал [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.http://nashural.ru>. – Загл. с экрана.
35. Основы туроперейтинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.juliaturporeyting.blogspot.ru>. – Загл. с экрана.
36. Официальный сайт МАУ «Городской центр медицинской профилактики» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.profilaktica.ru>. – Загл. с экрана.
37. Официальный сайт ФГБУ «Государственный научно-исследовательский центр профилактической медицины» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gnicpm.ru>. – Загл. с экрана.
38. Познавательный журнал Школа жизни.ру [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.shkolazhizni.ru>. – Загл. с экрана.
39. Студопедия — Ваша школопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studopedia.ru>. – Загл. с экрана.
40. Форум Туризм и отдых [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tourism-i-otdyh.ru>. – Загл. с экрана.

Из отчета по результатам популяционного исследования распространенности факторов риска неинфекционных заболеваний среди трудоспособного населения г. Екатеринбурга

В период с апреля по июнь 2015 г. среди трудоспособного населения г. Екатеринбурга было проведено популяционное исследование, основной целью которого являлось выявление распространенности факторов риска развития неинфекционных заболеваний. Исследование было реализовано путем проведения телефонного опроса среди жителей города. Общее количество опрошенных составило 1602 респондента в возрасте от 25 до 64 лет.

Опросник был разработан специалистами ФГБУ КДЦ «ГНИЦ профилактической медицины». Исследование реализовывалось согласно методическим рекомендациям международного исследовательского проекта «CINDI».

Социально-демографическая характеристика респондентов. Половозрастная структура респондентов в выборке исследования соответствует распределению в генеральной совокупности. В результате исследования было опрошено 729 мужчин (45,5%) и 873 женщины (54,5%). Половозрастная структура представлена на рисунке 1.

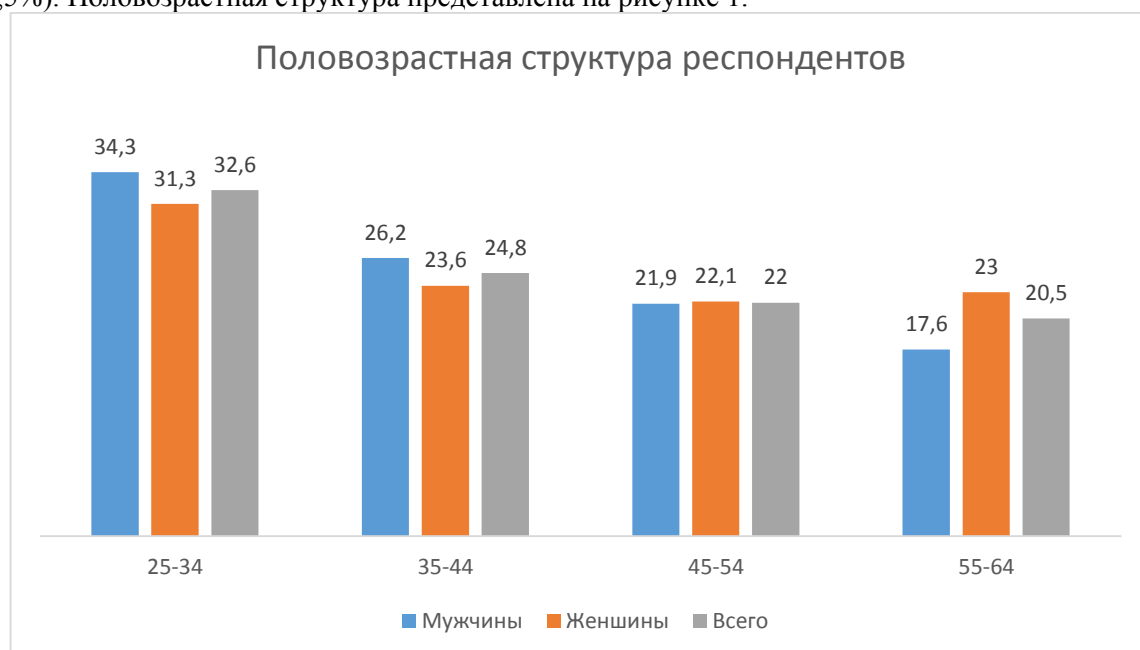


Рис 1. Половозрастная структура респондентов

Средний возраст опрошенных респондентов – 42 года (мужчин – 42 года, женщин – 43 года). В группе респондентов 25-34 года было опрошено 523 человека, 35-44 года – 397, 45-54 года – 353, 55-64 года – 329 человек. Распределение по возрастным группам представлено на рисунке 2.

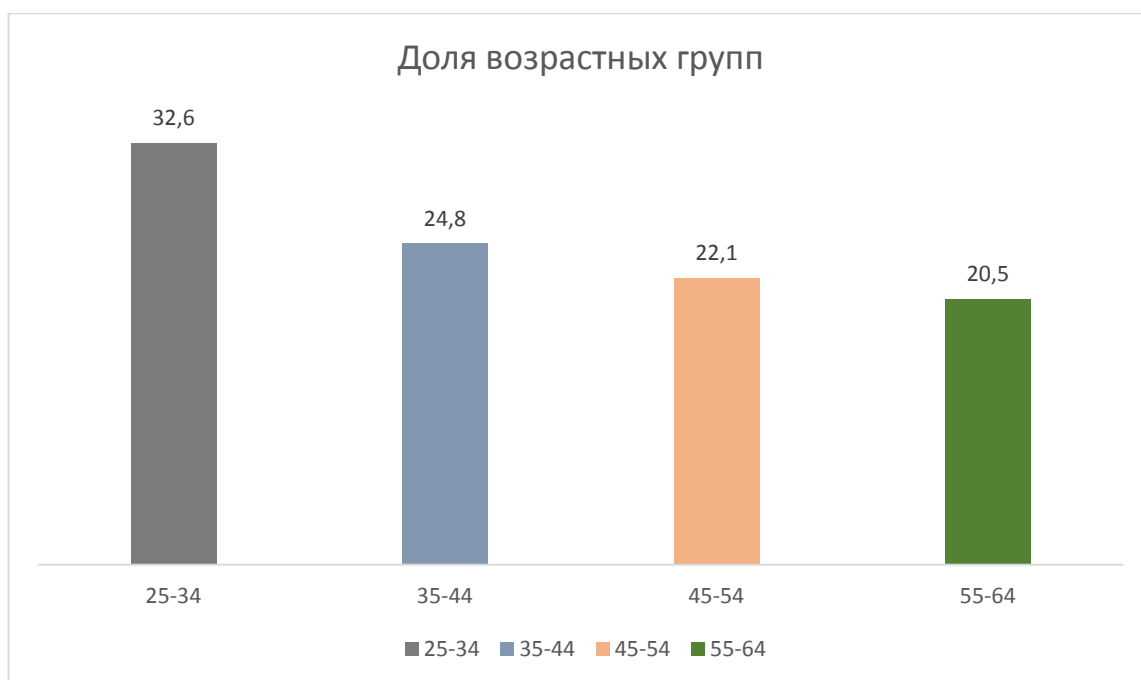


Рис 2. Распределение по возрастным группам

Большая часть опрошенных респондентов (66,7%) находятся в браке (рисунок 3). 18% еще не вступали в брак. Согласно данным последней Всероссийской переписи населения, число состоявших в браке россиян на момент проведения опроса (2010 г.) – 66,5%¹.

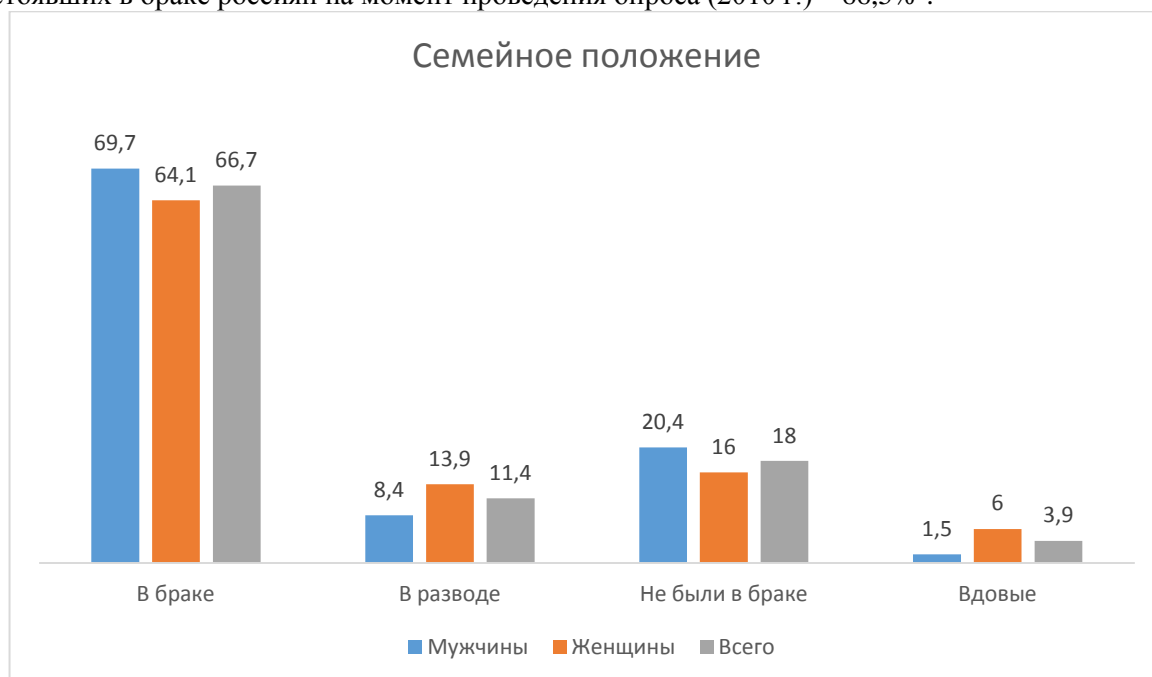


Рис 3. Семейное положение респондентов

Большинство опрошенных респондентов, как мужчин, так и женщин имеют высшее образование (64,1%) (рисунок 4). Высшее образование чаще встречается среди респондентов-женщин. Порядка трети респондентов имеют средне специальное образование.

¹ Всероссийская перепись населения 2010 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/perepis_itogi1612.htm

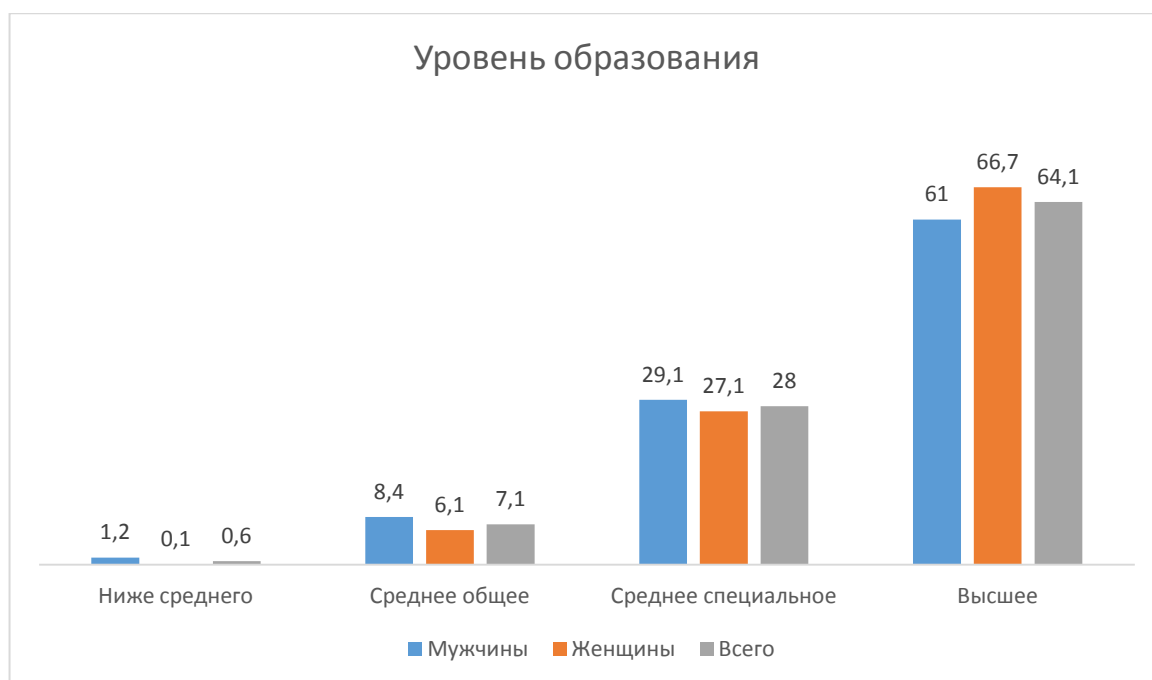


Рис 4. Уровень образования респондентов

Согласно субъективной оценке респондентами своей покупательской способности, 79,4% респондентов относит себя к категории людей с низким экономическим достатком (рисунок 5). Если соглашаться с мнением специалистов Центра стратегических исследований (ЦСИ) Росгосстраха, согласно которому группу людей со средним экономическим достатком можно определить исходя из способности приобрести знаковые блага (коим является в том числе и автомобиль), то по полученным нами результатам, среди респондентов таковых 16,6%. Для сравнения, согласно данным обзора экономических настроений населения РФ, в 2014 г. средняя цифра людей со средним достатком по России составила 16%².

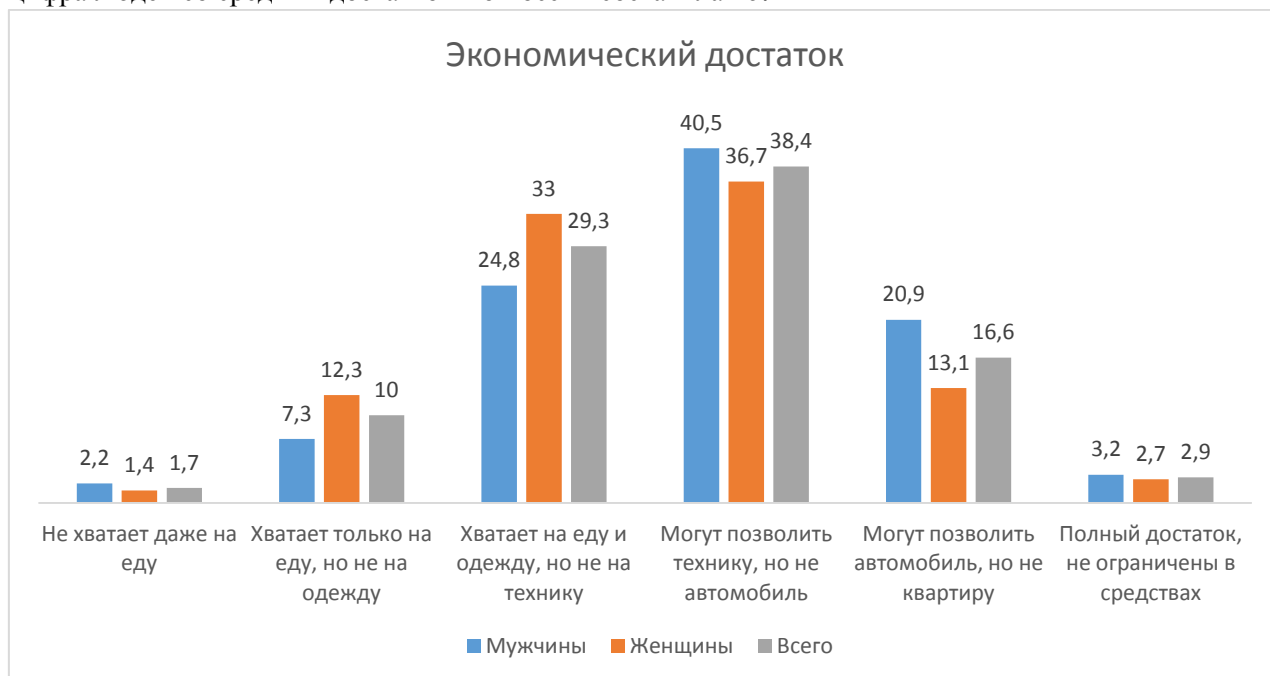


Рис 5. Экономический достаток респондентов

Физическая активность. В рамках данного опроса под физической активностью предполагался широкий круг различных видов активности. В данном случае понимаются не

² Настроения экономики. Итоги августа 2014 года.

http://www.fa.ru/chair/priklsoc/Documents/Economics_mood_2014_08.pdf

только тренировки и занятия спортом, но в том числе и работа, физическая активность, связанная с домом и садом/огородом, перемещение с места на место, отдых (досуг). При этом под работой понимается и та, за которую респондент получает деньги, и не оплачиваемая работа (учеба, работа на дому, сельскохозяйственная работа, охота, рыбалка, поиск работы).

Наряду с этим выделяется несколько степеней физической нагрузки: **интенсивная** (вызывающая сильное учащение дыхания и сердцебиения (например, подъем и перенос тяжестей, вскапывание земли, рубка дров и тому подобное) и продолжающаяся не менее 10 минут непрерывно) и **умеренная** (вызывающая небольшое учащение дыхания и сердцебиения (например, перенос легких грузов или быстрая ходьба) и продолжающаяся не менее 10 минут непрерывно).

Результаты проведенного исследования показывают, что у 46,4% респондентов наблюдается высокий уровень физической активности (рассчитывающийся из суммарного показателя времени, затраченного на физическую активность в рабочее и свободное от работы время) (рисунок 6). Средний уровень физической активности фиксируется у 35,9%, низкий – 17,7%.



Рис 6. Распределение респондентов по уровням физической активности

Наиболее высокий уровень физической активности наблюдается среди респондентов в возрасте от 25 до 34 лет (рисунок 7). Наименее активны респонденты в возрасте 35–44 и 45–54 года. В данных возрастных группах наибольший процент респондентов с низким уровнем физической активности.

Чаще высокий уровень физической активности наблюдается среди мужчин (рисунок 8). Женщины чаще отдают предпочтение умеренным физическим нагрузкам.

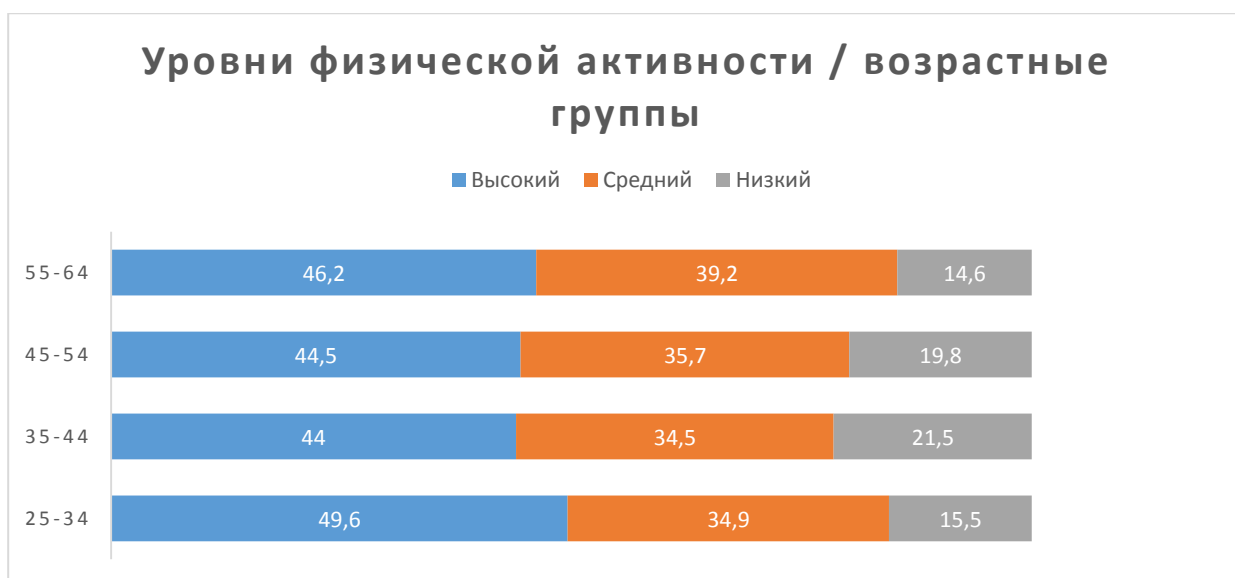


Рис 7. Уровень физической активности наблюдается среди респондентов в возрасте от 25 до 34 лет

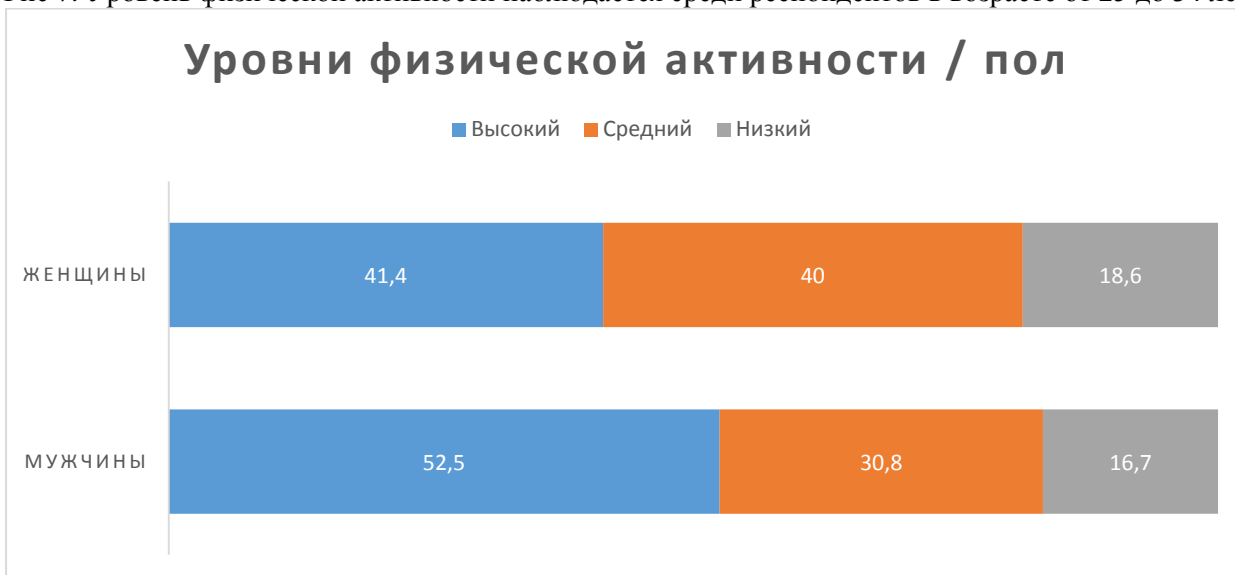


Рис 8. Уровень физической активности среди мужчин

Распространенность избыточной массы тела и ожирения. От избыточной массы тела страдают 30,6% опрошенных респондентов. При этом, особо актуальна данная проблема для мужчин всех возрастных групп и женщин старше 45 лет (рисунок 9). Среди мужчин наиболее проблемными в плане избыточной массы тела являются возрастные группы 35-44 и 45-54 лет.

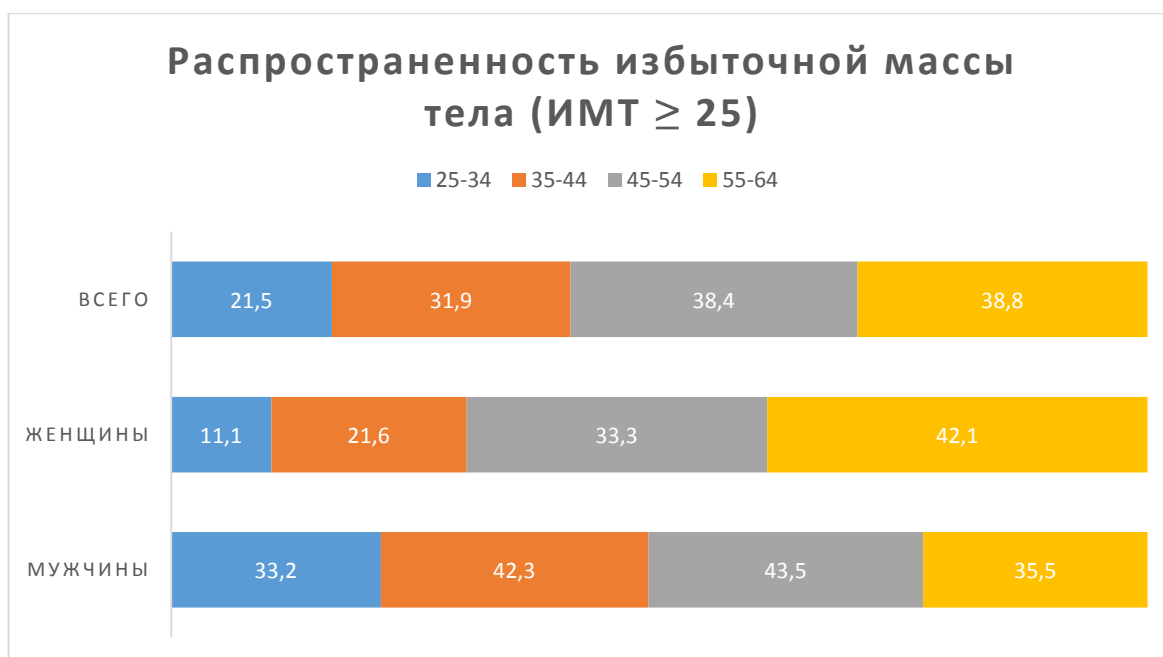


Рис 9. Распространенность избыточной массы тела

Ожирение наблюдается у 16,1% опрошенных. Наибольшее количество респондентов с ожирением наблюдается среди мужчин в возрастных группах 35-44, 45-54, 55-64 и женщин 45-54, 55-64 лет (рисунок 10).

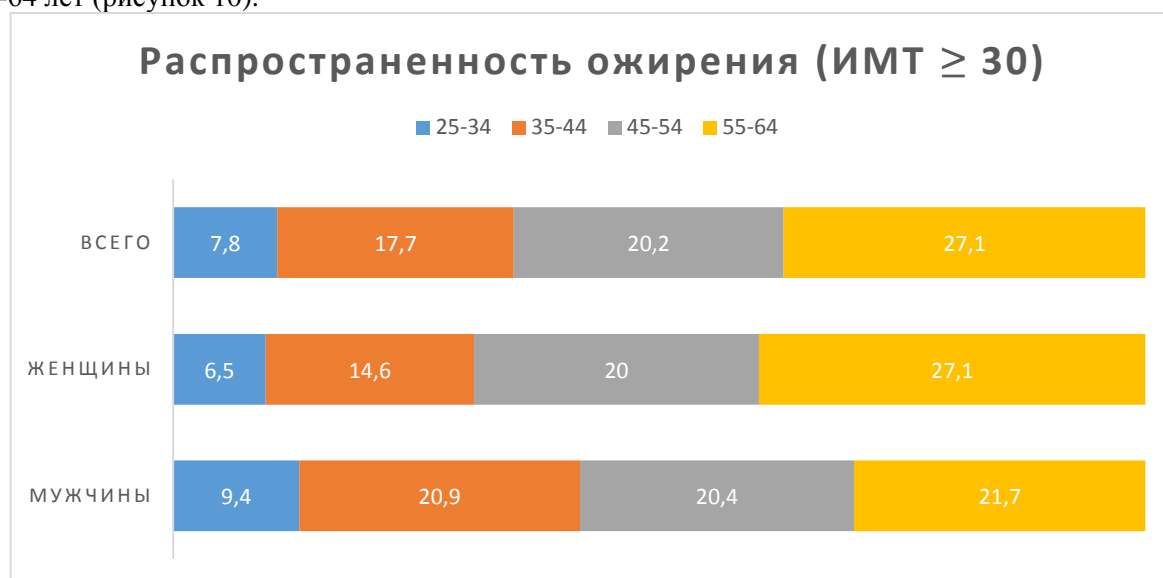


Рис 10. Распространенность ожирения

Вывод: респондентов просили оценить по пятибалльной шкале величину негативного влияния того или иного фактора на состояние здоровья человека (рисунок 11). Несмотря на то, что во всех возрастных группах наиболее высокую оценку дают таким факторам риска как чрезмерное употребление алкоголя и табакокурение, недооценёнными, на наш взгляд, остались такие факторы риска как нездоровое питание и низкая физическая активность. Недостаточное значение уделяется такому фактору риска как повышенное артериальное давление, в особенности в группе респондентов 25-34, 35-44 лет.

Оценка респондентами значимости факторов риска (по шкале от 1 (min) до 5 (max))

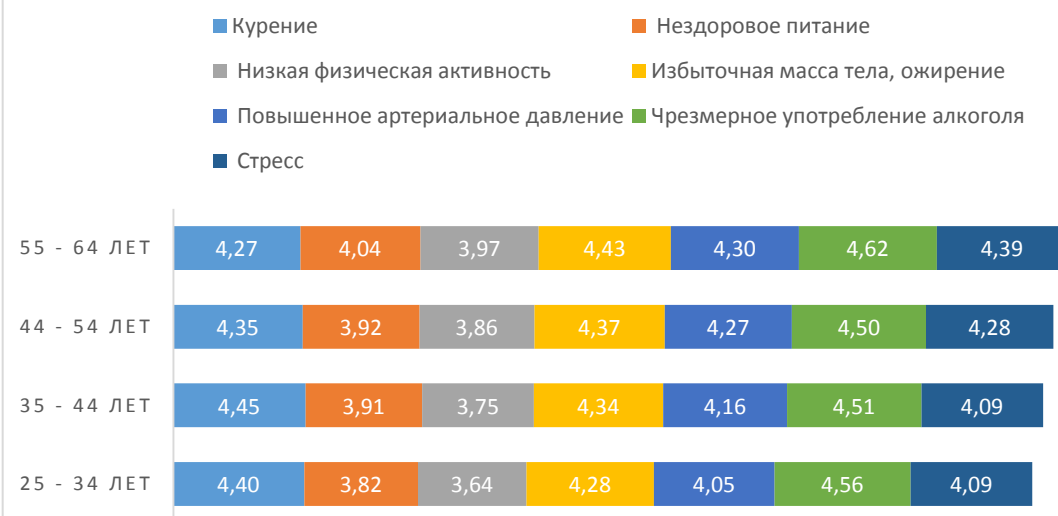


Рис 11. Оценка респондентами значимости факторов риска

Однако, как показывают результаты проведенного исследования, наиболее тревожным характером обладают именно показатели питания, избыточной массы тела и артериального давления. Особого внимания заслуживает отношение к своему здоровью среди опрошенных мужчин. Практически по всем показателям (за исключением физической активности) мужчины демонстрируют невнимательное поведение по отношению к своему здоровью. Не теряет актуальности и проблема употребления алкоголя, характерная по большей части для мужчин.

ПРИЛОЖЕНИЕ 2

Перечень необходимых услуг и инвентаря от ЦПКиО для проведения Ярмарки Движения

№	Услуга/инвентарь	Количество	Цена
1	Место для проведения зарядки (сцена и прилегающая к ней территория)	1	30000
2	Место размещения палаток для представителей фитнес-клубов (центральная аллея)	8шт	64000
3	Место для проведения мастер-классов (настольный теннис, воркаут, скандинавская ходьба, детская площадка) у центрального входа	1	50000
4	Место/маршрут для проведения теста 2 км ходьбы	1	20000
5	Мультимедиа экраны для трансляции сопроводительного видео на период с 20.08 по 12.09 включительно	2	15000
6	Мультимедиа экраны для трансляции рекламных роликов фитнес-клубов на период с 30.08 по 12.09 включительно	2	5000
7	Ротация аудио-роликов, анонсирующих мероприятие на период с 20.08 по 12.09 включительно		5000
8	Доступ к электропитанию 13шатров; на сцене; у входа, где будут расположены площадки мастер-классов	13	10000
9	Урны для кратковременного хранения мусора на время проведения мероприятия		3000
10	Уборные на время проведения мероприятия	Платный вход	
11	Уборка и очистка территории от мусора после мероприятия	1	20000
12	Шатры	8	
13	Стол (в зависимости от количества участников)	35	10000
14	Стулья (в зависимости от количества участников)	50	5000
15	Микрофон для ведущего	1-2	1000
16	Микрофон – гарнитура	3-5	1000
17	Возможность размещения рекламы фитнес-клубов	10 клубов	7000 за клуб
18	Гриммерная для выступающих		5000
19	Возможность размещения информационных баннеров мероприятия (центральные ворота, юбка сцены, чехлы на колонках)		10000
20	Звуковое сопровождение мероприятия	1 точка на сцене	1000

21	Аппаратура для звукового сопровождения		10000
22	Работа звукорежиссера		1000
23	Свет		-
24	Охрана		5000
25	Рупоры для мобильных ведущих	3	1000

Стоимость мероприятия, с учетом доп. работ на 12 сентября составит 50000 рублей.

Фитнес центр оплачивает аренду шатра и промо-акцию на сумму 15000 каждый. Оплата по договору в кассу парка.

Положение о конкурсе «Самый дружный спортивный коллектив» 2015 г.

В рамках национального года борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями МАУ ГЦМП объявляет

Конкурс фотографий

«Самый дружный спортивный коллектив»

Организатор Конкурса: МАУ ГЦМП г. Екатеринбург, ул. 8 марта, д.78а, литер В.

Цель Конкурса: повышение уровня физической активности среди трудоспособного населения.

Сроки проведения конкурса: в период с 25 июля 2015 по 25 августа 2015 г., церемония награждения состоится 12 сентября 2015 г. В ЦПКиО на «Ярмарке движения».

Условия конкурса:

- На Конкурс принимаются фотографии от трудовых коллективов предприятий, организации и фирм города (далее – «Участники»), демонстрирующие совместные занятия спортом или физически активное времяпрепровождение коллектива организации (далее – «Работа»).

- Каждый участник гарантирует, что является автором, обладающим исключительным правом на предоставляемую к участию в Конкурсе работу.

- Принимая участие в Конкурсе, Участники, соглашаются с тем, что представленные Участниками Работы не возвращаются и могут быть использованы Организатором Конкурса для размещения в прессе, в сети Интернет на сайте МАУ ГЦМП <http://www.profilaktica.ru/>, для показа на открытых мероприятиях, включения в демонстрационные и иные материалы, посвященные программе без дополнительного согласия и без уплаты какого-либо вознаграждения без ограничения по срокам использования.

- Участники гарантируют, что созданные ими лично Работы не являются предметом незаконной переработки другого охраняемого законом произведения.

- Участники гарантируют, что предоставленные ими Работы не нарушают авторские права и иные права интеллектуальной собственности третьих лиц, и, в случае, предъявления претензий третьими лицами Организатору относительно использования предоставленных участниками материалов, участники обязуются урегулировать такие претензии самостоятельно и за свой счет.

Требования к конкурсным работам:

На конкурс принимается от 1 до 5 работ от одного Участника.

- Участники являются непосредственными авторами или правообладателями Работы.

- Работа содержит информацию о каком-то определенном виде физической активности или спорта, которым занимаются Участники.

- Работа представляет собой фотографию в электронном варианте формата: jpeg, jpg, png

- Основная тема конкурса может быть представлена с любой подачей: юмор, активный физический отдых, физические упражнения, подвижные игры и т. д.

- Работа должна содержать: название фотографии и небольшое описание, полный обратный адрес и телефон предприятия или фирмы (также телефон, Ф. И. О., электронный адрес контактного лица), коллектив которой представлен на фотографии. Согласие на обработку персональных данных.

Образец: Мы, _____ (название организации), участник(и) конкурса фотографий «самый дружный спортивный коллектив», работающие по адресу _____ ознакомлены с условиями конкурса и полностью с ними согласны. Мы даем свое согласие МАУ ГЦМП на обработку представленных нами наших персональных данных. Число. Подписи.

- Расписка руководителя предприятия/фирмы, подтверждающая его согласие с требованиями положений о конкурсе и обработкой персональных данных

Образец: Я, Петрова Марина Степановна, руководитель/директор _____ (название фирмы), ознакомлена с Положением о Конкурсе фотографий «самый дружный спортивный коллектив», полностью согласна с его условиями. Я даю свое согласие МАУ ГЦМП на обработку: сбор, запись, систематизацию, передачу (представление, доступ, трансграничную передачу), обезличивание, блокирование, удаление, уничтожение представленных мной персональных данных для целей Конкурса. Число. Подпись.

- Работы, не соответствующие перечисленным требованиям к оформлению, на конкурс приниматься не будут

Порядок проведения конкурса:

Конкурс проводится в 1 этап. Прием заявок производится в сроки с 25.07.2015 по 25.08.2015 (в Екатеринбурге). Результаты конкурса публикуются на сайте Городского центра медицинской профилактики www.profilaktica.ru и на официальных страницах в социальных сетях не позднее 30 августа 2015 года.

- Проводится в Екатеринбурге – Городской центр медицинской профилактики.

Награждение победителей состоится 12 сентября в ЦПКиО с 12:00 до 17:00.

- Организатор назначает Жюри конкурса, которое по разработанным критериям, согласно Приложению 1 к данному Положению, оценивает представленные работы по бальной системе.

- Жюри определяет 3-5 работ, набравшую максимальное количество баллов, а также 1-2 работы, которым присваивается звание - "зрительские симпатии". Определение количества победителей остается и сроков проведения конкурса в праве за организаторами конкурса.

Итоги конкурса и поощрение участников.

- На основании результатов Конкурса готовится альбом «Самый дружный спортивный коллектив» города Екатеринбурга, состоящий из Работ Победителей. Альбом размещается на сайте МАУ ГЦМП <http://www.profilaktica.ru/>.

- Победители Конкурса награждаются благодарственными письмами МАУ ГЦМП и Управления здравоохранения администрации города Екатеринбурга

- Также победители Конкурса получают возможность представить свою компанию на мероприятии «Ярмарка Движения», которое проводится в ЦПКиО 12 сентября 2015 г., и провести 2-5 минутную зарядку. Денежная компенсация призов не производится.

Все вопросы участники в Екатеринбурге могут задать по электронной почте ek-gcmp@mail.ru, пометка «Фотоконкурс», по тел. 257-35-60, Фот Кристина Владимировна.

Дополнительные условия

- Организатор оставляет за собой право в любое время отменить проведение всей или части Конкурса.

Фотографии должны быть представлены не позднее, чем до 25 августа 2015 г. Организатор вправе менять/увеличить сроки подачи фотографий

- Нарушение любого из условий настоящего Положения лишает участника права на получение поощрения. Такой участник исключается из участия в Конкурсе.

Приложение.

Критерии оценки работ, представленных на конкурс фотографий «Самый дружный спортивный коллектив»

Работы, предоставленные на конкурс, предлагается оценивать по следующим критериям:

1. Актуальность идеи работы: соответствие содержания теме конкурса
 - Спортивные занятия рассматриваются как часть здорового образа жизни - 3 балла

2. Участие рабочего коллектива в подготовке Работы
 - Рабочий коллектив- непосредственные авторы и участники подготовки Работы. - 3 балла

3. Глубина раскрытия темы
 - Показано отношение Участника к выбранному виду физической активности или спорта (занимается, есть спортивная традиция на работе) – 3 балла

4. Оригинальность изложения.
 - Интересный, увлекательный сюжет– 3 балла
 - Оригинальная форма представления/описания – 3 балла

Обязательно указание контактных данных: Ф. И. О., телефон, электронная почта контактного лица; название и сфера деятельности предприятия/фирмы – 3 балла

5. Качество изображения

Фотография четкая, качественная, нужного формата – 3 балла

6. Количество человек

На фотографии должно быть не менее 3 участников – 3 балла

Схема прохождения квеста фестиваля «Ярмарка движения»



★ Место получения
отметки

После получения всех отметок, не
забудь сдать карту в палатку
«Здоровый обмен»

Данные потенциального
победителя:
Ф. И. О. _____

Телефон:
8 (9__)-__-__-__

*Розыгрыш состоится на малой
сцене в 16:30-16:45*

* Для участия в розыгрыше
необходимо получить не менее
9 отметок



Проект фестиваля «Ярмарка движения»

УПРАВЛЕНИЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ АДМИНИСТРАЦИИ
ЕКАТЕРИНБУРГА
МУНИЦИПАЛЬНОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
«ГОРОДСКОЙ ЦЕНТР МЕДИЦИНСКОЙ ПРОФИЛАКТИКИ»

Проект

Национальный год борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями
в городе Екатеринбурге в 2015 году

Подпроект:

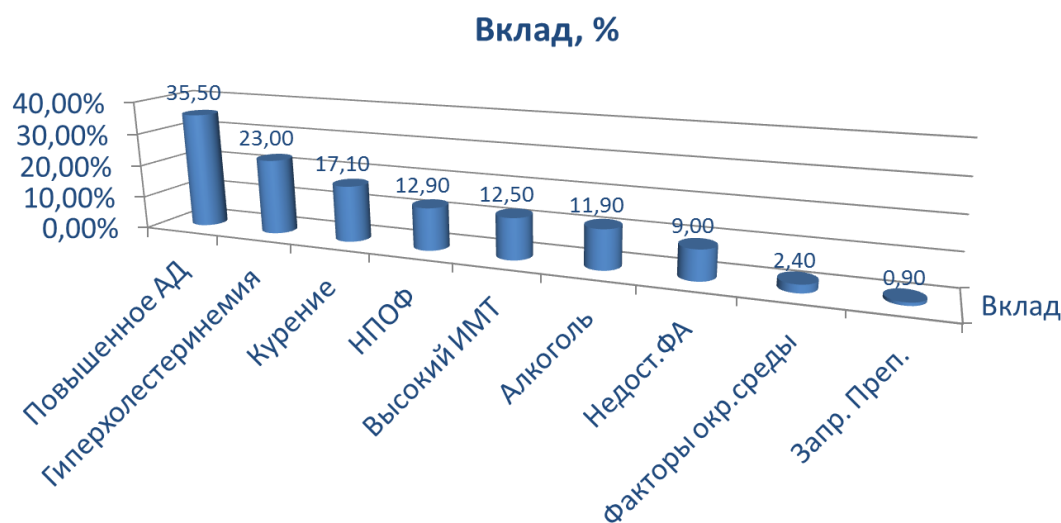
«Ярмарка движения» или «Реализация концепции первой стратегии
ВОЗ в отношении повышения уровня физической активности
«Встань со своего кресла!»

г. Екатеринбург

2015 год

По данным Управления здравоохранения Администрации Екатеринбурга за 2014 год в структуре общей смертности населения преобладали болезни системы кровообращения (47%) и злокачественные новообразования (19%). Профилактика неинфекционных заболеваний – первоочередная задача, стоящая перед Екатеринбургом. Поскольку высокая смертность от сердечно-сосудистых заболеваний является основной причиной в общей смертности в Российской Федерации, 2015 год был объявлен Президентом РФ годом борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями.

По данным Всемирной организации здравоохранения (диаграмма 1), главными факторами риска в общей смертности населения являются повышенное артериальное давление (35,5%) и гиперхолестеринемия (23%).



WHO/EURO Health DataBase

Диаграмма 1. Главные факторы риска в общей смертности населения

Как видно из диаграммы, в профилактике неинфекционных заболеваний у населения важную роль играет снижение распространенности поведенческих факторов риска: курения, нерационального питания, низкой физической активности, стресса, злоупотребления алкоголем. Следует отметить, что в отдельных исследованиях, по данным ГНИЦ ПМ МЗ РФ, роль отдельных факторов риска – низкой физической активности, низкого потребления овощей и фруктов значительно выше, чем в приведенной диаграмме (ФА – до 35%, НПОВ – до 32%).

Низкая физическая активность (НФА)- очень важный и существенный фактор риска хронических неинфекционных заболеваний, в том числе и сердечно-сосудистых заболеваний. Население практически ничего не знает о рекомендуемой ВОЗ дозе физических нагрузок, о квалификации физической нагрузки (низкая, умеренная, высокая).

Целевая аудитория: население в возрасте старше 35 лет (по данным исследований ГЦМП, именно это население наименее физически активно, молодые семьи, молодежь – та аудитория, которая активно откликнется и примет участие в мероприятии).

На наш взгляд, основная проблема – «Встать со своего кресла» - это первая стратегия ВОЗ в повышении физической активности.

Многие люди знают, что надо вести активный образ жизни, но в силу различных причин не делают этого. Им нужен повод, чтобы начать.

Наша акция «Ярмарка движения» будет направлена именно на это. Предполагается проведение ярмарки различных видов физической активности. К участию в мероприятии будут приглашены различные фитнес-центры и физкультурно-оздоровительные комплексы. Основная идея: каждый посетивший ярмарку получит возможность познакомиться с различными направлениями доступного, бесплатного и модного фитнеса (воркаут, скандинавская ходьба, велосипед, бег, модные направления, предлагаемые фитнес-центрами), и получит в подарок бесплатные купоны от организаторов на пробные занятия в клубах. Кроме того, будет «распродажа» различных льготных абонементов на посещение фитнес-центров в течение года. Логистика ярмарки будет учитывать географическое расположение клубов и доступность их услуг.

В рамках ярмарки для привлечения населения и создания общей атмосферы спортивного праздника будет проведена массовая зарядка, которая по одному из параметров войдет в книгу рекордов Гиннеса. Массовая зарядка будет проводиться с участием известных екатеринбургских спортсменов, ведущие – известные, медийные персонажи.

Для привлечения населения на проводимое мероприятие предполагается проведение информационной кампании через СМИ (радио, уличная реклама, интернет).

Время проведения: 12 сентября (ориентировочно).

Место: ЦПКиО имени В.Маяковского.

Акция «Ярмарка движения», как и другие мероприятия, проводимые ГЦМП входят в перечень мероприятий Постановления Администрации города № 1388 от 01 июня 2015 года.

Пример спонсорского предложения

В рамках национального года борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями, во исполнение Постановления Администрации города Екатеринбурга №1388 от 01.06.2015 г. «Об утверждении Плана мероприятий («дорожной карты») по проведению в 2015 году в муниципальном образовании «город Екатеринбург» Года борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями, 12 сентября с 12-00 до 17-00 в Центральном Парке Культуры и отдыха им. В. Маяковского состоится городская «Ярмарка движения».

Низкая физическая активность – один из основных факторов риска сердечно-сосудистых заболеваний. Основная задача «Ярмарки движения» - выполнить первую рекомендацию Всемирной организации здравоохранения для населения «Встань со своего кресла!» Мероприятие должно помочь жителям города Екатеринбурга в выборе наиболее оптимального вида физических нагрузок в начале академического года.

Ярмарка движения предполагает:

- выставку основных направлений фитнеса на территории Екатеринбурга (с учетом географического расположения, ценовой политики). Все участники выставки должны распространять на мероприятия бесплатные купоны на пробное посещение первого занятия в своем клубе;
- мастер-классы основных популярных и доступных видов физической активности (скандинавская ходьба, детская площадка, воркаут, бег, зумба, йога, настольный теннис и др.);
- зарядка нон-стоп с участием известных спортсменов и всех фитнес-клубов, принимающих участие в выставке;
- тест по определению уровня физической подготовки (тест 2-км ходьбы).

Предлагаем Вам стать спонсором Ярмарки движения (создание видеоотчета о мероприятии для прямой трансляции и последующей трансляции в социальных сетях и портала проекта для анонсирования мероприятия и использования его во время проведения Ярмарки движения).

Пакет спонсора Ярмарки движения предполагает размещение логотипа:

- на главном баннере Ярмарки движения на сцене,
- на баннерах мастер-классов (не менее 5),
- во всех пресс-релизах мероприятия, подготовленных организаторами (МАУ ГЦМП),
- на мультимедиа-экранах в ЦПКиО во время проведения ярмарки,
- на сайте www.profilaktica.ru – анонс мероприятия, возможно размещение на главной странице сайта за 3 недели до мероприятия,
- на видеороликах (при их наличии) с анонсом ярмарки движения,
- на едином бесплатном купоне ярмарки движения,
- на 3 видеороликах с зарядкой,

Многократное упоминание спонсора во время проведения нон-стоп зарядки. Возможность размещения палатки (информационной точки) спонсора на площадках проведения Ярмарки движения.

Задать вопросы, сообщить о Вашем участии можно по тел. 343-295-19-20, egsmr@mail.ru, Фот Кристина Владимировна.

Пример партнерского предложения

Станьте партнером праздника активного населения города!

12 сентября с 12-00 до 17-00 в Центральном Парке Культуры и отдыха им. В. Маяковского состоится городская «Ярмарка движения».

2015 - национальный год борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями. Низкая физическая активность и избыточный вес – один из основных факторов риска сердечно-сосудистых заболеваний. Поэтому мы и партнёры ярмарки призывают: «Встань со своего кресла!».

Информационным спонсором мероприятия выступает радиостанция «Хит ФМ». Участники мероприятия: 20 средних и крупных фитнес – клубов города, 9 физкультурно-оздоровительных комплексов (МАУ ФОК «Железнодорожный», МАУ ФОК «Факел», МАУ ФОК «Верх-Исетский», МАУ СОК «Калинец», МАУ СК «Урал», МАУ ФОК «Айс», МАУ ФОК «Кировский», МАУ ФОК «Соболь», МАУ ФОК «Чкаловский»), батутный центр, клуб настольного тенниса «Спарта», школы скандинавской ходьбы МАУ ГЦМП и Насти Полетаевой и пр.

Проходимость парка в выходные дни: от 2000 человек; в праздники: от 5000 человек и выше.

Структура «Ярмарки движения»

Название мероприятия	Информация о мероприятии	Локация (расположение)	Дата и время
Мастер-классы	Бесплатные мастер-классы от опытных инструкторов для посетителей парка по скандинавской ходьбе, воркауту, настольному теннису, детская площадка	Площадь у центрального входа	12.09.2015 с 12:00 до 17:00
Выставка «Ярмарка движения»	Шатры с выставкой-ярмаркой, в которых будут представлены услуги фитнес-клубов и физкультурно-оздоровительных комплексов города. Каждый участник выставки будет распространять бесплатные купоны на пробное посещение первого занятия в своем клубе	Центральная аллея	12.09.2015 с 12:00 до 17:00
Зарядка в режиме «нон-стоп»	Ведущий зарядки: Мстислав Захаров. Зарядка будет проводиться при участии известных спортсменов, победивших в интернет-голосовании «Лучший спортсмен г. Екатеринбурга». Презентация фитнес-клубов участников. Награждение предприятий, принявших	Малая сцена	12.09.2015 с 12:00 до 17:00

	участие в фотоконкурсе «Самый дружный спортивный коллектив». Конкурсы и розыгрыши призов для населения. Будет использован мультимедиа экран ЦПКиО во время мероприятия, где будут транслироваться видеоролики		
Тест 2 км ходьбы	Тест, который определяют уровень физической подготовки населения (планируемое количество участников 300-600 человек)	Ретро аллея (до памятника мотоциклистам и обратно)	12.09.2015 с 12:00 до 17:00
Акция «Здоровый обмен»	Палатка с фруктами (яблоки), где каждый желающий может обменять нездоровую пищу, сигареты, алкоголь на яблоки	Центральная аллея	12.09.2015 с 12:00 до 17:00
Акция «Узнай свое давление- прояви заботу о сердце»	Палатка, где каждый желающий может узнать свое давление и получить рекомендации врача	Центральная аллея	12.09.2015 с 12:00 до 17:00

Предлагаем Вам принять участие в Ярмарке движения, а именно:

- разместить информационные мобильные стойки подключения в количестве 3 штук. Локация: у центрального входа, на центральной аллее, у ретро аллеи. Стоимость размещения одной стойки составляет 5 тысяч рублей.

- предоставить главный приз для участника, показавшего лучший результат при прохождении теста 2 км ходьбы, а также предоставить 10 сувениров участникам, чей результат попал в 10 лучших. Награждение будет проводится с главной сцены праздника. Готовы рассмотреть Ваши варианты конкурсов.

Участие в Ярмарке движение предполагает:

размещение логотипа на сайте www.profilaktica.ru – анонс мероприятия,

- размещение рекламного видеоролика на мультимедиа-экране в ЦПКиО во время проведения ярмарки (хронометраж 30 секунд, 10 ротаций в течение проведения мероприятия),

- размещение логотипа на едином бесплатном купоне ярмарки движения,

- Упоминание о компании при анонсе награждения победителей конкурса каждые 30 минут на протяжении проведения мероприятия.

Задать вопросы, сообщить о Вашем участии можно по тел. 343-257-35-60, egsmr@mail.ru, Фот Кристина Владимировна.

ПРИЛОЖЕНИЕ 8

Форма заявки на участие для фитнес-клубов

МАУ ГЦМП				
<i>Заявка на участие в Ярмарке Движения</i>				
Название клуба, адрес, телефон, ФИО контактного лица:				
Участник				
№	наименование услуги	количество	цена	поле для отметки
1	Оборудованное место (минимальный пакет)*	1	6000	
2	Необорудованное место *	1	4000	
3	Ролл-баннер (в последующем остается у фитнес-клуба) **	1	2500	
4	10минутное представление клуба со сцены (презентация зарядки)	1	0	×
5	Единый купон Ярмарки движения	до 100 на 1 организацию	0	×
6	Анонс мероприятия на радио (Шансон, Хит ФМ, Ретро ФМ, Дача, Радиола)	478 выходов	0	×
7	Размещение информации о фитнес-центре на сайте www.profilaktica.ru	1	0	×
8	Размещение логотипа клуба на мультимедиа-экранах в ЦПКиО во время выступления на сцене	1	0	×
9	Генеральный спонсор (минимальный пакет, единый бесплатный купон 200 шт., видео-ролик с анонсом Ярмарки движения в ЦПКиО с 20.08., размещение логотипа на главном баннере Ярмарки движения на сцене, на баннерах мастер-классов (не менее 5), на мультимедиа-экранах в ЦПКиО во время проведения Ярмарки, многократное упоминание спонсора во время проведения мероприятия, упоминание бренда или размещение логотипа во всех пресс-релизах, подготовленный организаторами и т. д.**))	1	80000	
<p>* Оборудованное место подразумевает: стол, 2 стула, место в крытом шатре около 3 кв.м. (сама палатка 5*5). Необорудованное место: место (около 3 кв.м.) в крытой, тентованной палатке. Минимальный пакет: единый бесплатный купон 100 шт., размещение логотипа на мультимедиа экране ЦПКиО во время выступления, общий анонс мероприятия, размещение информации на сайте Профилактика.ру (электронный каталог с ссылкой на фитнес-клуб)</p>				
** Условия партнерства обсуждаются индивидуально				
<p>Сообщить о своем участии вы можете на почту ek-gcmp@mail.ru либо по телефону: 257-35-60, Фот Кристина Владимировна. Заявки принимаются до <u>25</u> августа 2015 г.</p>				
<p>Сдать свою музыку для презентации своего клуба (пункт №9) необходимо до <u>25</u> августа 2015 г. По адресу: 8 марта 78а литер В, каб. 217, Фот Кристина Владимировна. Часы работы: ПН-ЧТ: 9:00-17:00, ПТ: 9:00-16:00, СБ, ВС-выходной</p>				

Награды и достижения фестиваля «Ярмарка движения» в 2015 году



Рис 1. Победа в конкурсе «Лучший в профилактике»

Серебряный Лучник

НАЦИОНАЛЬНАЯ ПРЕМИЯ В ОБЛАСТИ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ



Лауреат
IV-ой Региональной премии в области развития общественных связей
«Серебряный Лучник» - Урал в номинации

**Лучший проект в области продвижения
общественных и государственных программ**

«Встань со своего кресла!»,
Городской центр медицинской профилактики

Председатель жюри

В.М. Ульшин

Руководитель
исполнительной дирекции
Региональной премии

Ю.А. Недосекова

2016

Рис 2. Лауреат в номинации «Лучший проект в области продвижения общественных и государственных программ»

Министерство физической культуры, спорта и молодежной
политики Свердловской области
Государственное автономное учреждение Свердловской области
«Дом молодежи»

С Е Р Т И Ф И К А Т

Выдан: **Фот Кристине Владимировне**

Удостоверяет в том, что он (а) принял (а) участие
в областном обучающем семинаре в качестве докладчика
13 ноября 2015 года

**«Вовлечение в занятия спортом
несовершеннолетних группы риска как основа
профилактики правонарушений среди подростков»**

с докладом по теме:

«Ярмарка движения»

Министр физической культуры,
спорта и молодежной политики
Свердловской области



Л.А. Рапопорт

Екатеринбург 2015

Рис 3. Участие в областном обучающем семинаре «Вовлечение в занятия спортом несовершеннолетних группы риска как основа профилактики правонарушений среди подростков»

Статья «Ярмарка движения» как форма реализации первой стратегии ВОЗ по повышению физической активности» в журнале «Профилактическая медицина» том 19 (выпуск 2)

ТРЕВОЖНОСТЬ И ДЕПРЕССИВНЫЕ СОСТОЯНИЯ У РАБОТАЮЩЕГО НАСЕЛЕНИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ЦЕНТРА ЯКУТИИ

Федорова В.И.¹, Макарова В.А.², Климова Т.М.¹, Балтахинова М.Е.¹

¹НИИ здоровья Северо-Восточного федерального университета, Якутск; ²Нерюнгринская ЦРБ, Нерюнгри, Россия

ANXIETY AND DEPRESSION AMONG THE WORKING POPULATION OF THE INDUSTRIAL CENTER OF YAKUTIA

Fedorova V.I.¹, Makarova V.A.², Klimova T.M.¹, Baltakhinova M.E.¹

¹Research Institute of Health of the North-Eastern Federal University n.a. M.K. Ammosov, Yakutsk; ²Central regional hospital of Nerungri, Nerungri, Russia

Среди медицинских проблем особую актуальность приобретает проблема психического здоровья, особенно тревожных и депрессивных расстройств, которые оказывают существенное влияние на качество жизни, социальное функционирование человека, осложняют лечение и ухудшают прогноз соматических заболеваний. В Республике Саха (Якутия) проблема тревожности и депрессии у населения практически не изучена.

Цель исследования — оценить распространенность тревоги и депрессии среди работающего населения Нерюнгри (Южная Якутия).

Материал и методы. Исследование проведено в ходе ежегодной диспансеризации трудоспособного населения (январь—декабрь 2014 г.) на базе поликлиники Нерюнгри. Работа проведена в рамках базовой части государственного задания Минобрнауки России «Адаптационный потенциал, ценностные ориентиры и установки на сохранение здоровья среди коренного населения Якутии». Обследованы 626 человек, 205 мужчин и 421 женщина. Средний возраст обследованных составил 31 год (9,8 года). Сравнимые группы по полу были сопоставимы по возрасту ($p=0,878$). Наличие тревоги и депрессии определяли по шкале тревоги и депрессии HADS. При сравнении групп применяли критерии Манна—Уитни и Краскела—Уоллиса. Критическое значение уровня $p=0,05$.

Результаты. Частота субклинически выраженной тревоги (8—10 баллов) среди обследованной группы составила 13,4% (среди мужчин — 15,6%, среди женщин — 11,2%; $p=0,119$). В старших возрастных группах среди мужчин доля лиц с субклинически выраженной тревогой увеличилась в 3,5 раза (с 11 до 35%; $p=0,017$), у женщин статистически значимой связи с возрастом не выявлено (12 и 11% соответственно; $p>0,05$). Клинически выраженная тревога (11 баллов и выше) наблюдалась только у женщин (1,2%) молодого и среднего возраста. Распространенность субклинически выраженной депрессии составила 19,3% (среди мужчин — 20,0%, среди женщин — 18,6%; $p>0,05$). В старших возрастных группах среди мужчин доля лиц с субклинически выраженной депрессией увеличивалась в 2,9 раза (с 12 до 35%) и в 1,1 раза среди женщин (с 19 до 21%). Распространенность клинически выраженной депрессии среди мужчин и женщин составила 2,4%.

Выводы. У работающего населения Южной Якутии достаточно часто встречаются тревожно-депрессивные состояния. В условиях нестабильности социально-экономической системы выраженность этих факторов и их вклад в снижение качества жизни может увеличиться.

мической системы выраженность этих факторов и их вклад в снижение качества жизни может увеличиться.

«ЯРМАРКА ДВИЖЕНИЯ» КАК ФОРМА РЕАЛИЗАЦИИ ПЕРВОЙ СТРАТЕГИИ ВОЗ ПО ПОВЫШЕНИЮ ФИЗИЧЕСКОЙ АКТИВНОСТИ

Фот К.В., Новикова Л.Ф., Харитонов А.Н.

МАУ «Городской центр медицинской профилактики», Екатеринбург, Россия

THE «MOTION FAIR» AS A FORM OF IMPLEMENTATION THE WHO INCREASE PHYSICAL ACTIVITY FIRST STRATEGY

Fot K.V., Novikova L.F., Kharitonov A.N.

City Medical Prevention Center, Ekaterinburg, Russia

2015 г. был объявлен Президентом РФ годом борьбы с сердечно-сосудистыми заболеваниями (ССЗ). По данным ВОЗ, в профилактике хронических неинфекционных заболеваний (ХНИЗ) у населения важную роль играет снижение распространенности поведенческих факторов риска, в том числе низкой физической активности. По данным исследования «ЭССЕ-РФ», которое было проведено в 13 регионах России, распространенность низкой физической активности в России составила 38,8%. По данным популяционного исследования по изучению распространенности факторов риска ХНИЗ в Екатеринбурге, весной 2015 г. уровень распространенности низкой физической активности составил 41,5%. Население не знает о рекомендуемом ВОЗ уровне физической активности.

Цель исследования — уникальный для Екатеринбурга фестиваль «Ярмарка движения» — повышение уровня физической активности населения путем выполнения первой стратегии ВОЗ «Встань со своего кресла!»

Материал и методы. В сентябре 2015 г. горожане получили возможность посетить семейный спортивный фестиваль в Центральном парке культуры и отдыха и познакомиться с различными направлениями доступной физической активности (скандинавская ходьба, велосипед, бег, модные направления фитнеса), узнать уровень своей физической подготовки и получить в подарок бесплатные купоны на пробные занятия в фитнес-клубах и физкультурно-оздоровительных комплексах. Проведению мероприятия предшествовала информационная кампания в СМИ — 33 публикации (газеты, радио, ТВ, электронные), 475 выходов аудиороликов на радиостанциях. Трансляция аудиоролика и видеоролика на экране парка — за 2 нед до мероприятия. Для снижения бюджета мероприятия привлекались ресурсы Управления здравоохранения, Управления культуры, Управления по развитию физкультуры, спорта и туризма администрации Екатеринбурга.

Результаты. В результате в течение 5 ч «Ярмарки движения» были проведены: зарядка со звездой; показательные выступления фитнес-клубов и физкультурно-оздоровительных центров города (18 участников); 15 бесплатных мастер-классов; финский тест 2-км ходьбы; акции «Здоровый обмен», «Узнай свое давление, прояви заботу о сердце», «Носи ленточку, двигайся на здоровье!», квест, повышающий активность посетителей и другие мероприятия.

**Протокол встречи по организации «Ярмарки движения» в 2016
году**

МАУ «Городской центр медицинской профилактики»

ПРОТОКОЛ

10.03.2016

№ 002

Совещание по организации «Ярмарки движения» 2016 года

(заседания, совещания, совета и т. п.)

и наименование коллегиального органа в родительном падеже)

Присутствовали:

От МАУ ГЦМП - Фот К. В. – специалист по связям с общественностью.

От Комитета по организации бытового обслуживания населения - главный специалист Петруха В. П.

От Управления по развитию физической культуры, спорта и туризма - начальник отдела по взаимодействию со спортивными школами Морозова Е. Б., главный специалист Миронова Н. А.

ПОВЕСТКА ДНЯ

1. Формы участия детско-юношеских спортивных школ, физкультурно-оздоровительных комплексов и фитнес клубов города в Ярмарке движения и привлечение VIP-персон к участию.

Доклад специалиста отдела межведомственных и внешних связей Фот К. В.

10:00-10:30, 15:00-15:30

СЛУШАЛИ: Петруху В. П., Морозову Е. Б., Миронову Н. А.

ВЫСТУПИЛИ: Фот К. В.

РЕШИЛИ:

1. Привлечение VIP-персон (не менее 7 человек) – ответственные: Управление по развитию физической культуры, спорта и туризма (МАУ «ГЦМП» должен составить список VIP-персон, которые предположительно смогут принять участие в Ярмарке движения);
2. От Управления по развитию физической культуры, спорта и туризма поступили предложения по увеличению интереса к участию у детско-юношеских спортивных школ и физкультурно-оздоровительных комплексов: проведение семинаров и лекций, мастер-классы для тренерского состава, печатная и сувенирная продукция.

В плане подготовки к Ярмарке движения предусмотрен бюджет на изготовление печатной и сувенирной продукции.

3. Формы участия детско-юношеских спортивных школ, физкультурно-оздоровительных комплексов необходимо продумать. Бюджет мероприятия не дает возможности бесплатного участия муниципальным организациям (предварительная смета мероприятия - 580 000 руб. - прилагается); возможно привлечение муниципальными организациями партнеров и спонсоров для снижения стоимости участия в Ярмарке движения. Кроме того, необходимо обсудить с Управлением культуры и ЦПКиО, снижение стоимости аренды шатров и звукового оборудования.
4. Форма участия фитнес клубов города платная;
5. Поступило предложение от Управления по развитию физической культуры, спорта и туризма о создании документов, на уровне города, которые позволят использовать площадку мероприятия (ЦПКиО) полностью на бесплатной основе, что позволит снизить затраты на организацию мероприятия (стоимость площадки составила 134 000 руб.. В эту сумму вошло: аренда 8 шатров; тех сопровождение от парка: мебель, предоставление центральной сцены (гримерные комнаты, звуковое оборудование, радиомикрофоны и гарнитура), реклама в день мероприятия (аудио и видео), электропитание в шатрах, рекламные площади, ограждения для забега).
6. Возможно изменение темы Ярмарки движения, связанной с Олимпийскими играми при отсутствии прав и возможности использования данной символики;
7. Возможно привлечение разного круга участников: любителей уличного спорта, военные части и пр.

Протокол составила



К.В.Фот

Участники:

Комитет по организации бытового

обслуживания населения –

В.П. Петруха

Управление по развитию физической культуры,

Е.Б.Морозова

спорта и туризма

Н.А. Миронова

**Письмо начальнику Управления культуры с просьбой оказать
содействие в утверждении даты проведения фестиваля**

**УПРАВЛЕНИЕ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ**

СЛУЖЕБНАЯ ЗАПИСКА

Начальнику Управления культуры

Т.Л.Ярошевской

02.08.2016 № 888/51/35.1-13

О проведении совместной акции

Уважаемая Татьяна Львовна!

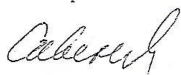
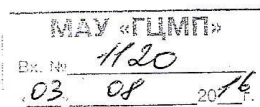
Во исполнение Постановления Администрации №1078 от 27 мая 2016 «Об утверждении и реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по снижению смертности населения муниципального образования «город Екатеринбург» от сердечно-сосудистых заболеваний в 2016 году» Управление здравоохранения планирует в сентябре 2016 года провести акцию «Ярмарка движения» для популяризации активного образа жизни среди населения в целях профилактики факторов риска развития сердечно-сосудистых заболеваний. Просим Вас оказать содействие в организации и проведении акции на территории Муниципального учреждения культуры «Екатеринбургский центральный парк культуры и отдыха имени В. В. Маяковского», а именно утвердить дату и время проведения мероприятия: 10.09.2016 с 11:00 до 16:00.

Начальник Управления



А.А.Дорнбуш

А.Н.Харитонов
257-03-08

Письмо Управлению по развитию физической культуры, спорта и туризма с просьбой оказать содействие в привлечении медийных персон



**УПРАВЛЕНИЕ
ЗДРАВООХРАНЕНИЯ
АДМИНИСТРАЦИИ
ГОРОДА ЕКАТЕРИНБУРГА**

Муниципальное автономное учреждение
«Городской центр
медицинской профилактики»
(МАУ «ГЦМП»)
ул.8 Марта, 78а, литер В, г.Екатеринбург, 620144
Тел.: (343) 257-03-08, факс: (343) 257-04-01
E-mail: ek-gcmp@mail.ru
ОГРН 1026602338388
ИНН/КПП 6658103334/667101001

Заместителю начальника Управления по
развитию территории и организационным
вопросам
Кордюковой А. Ю.

18.04.2016 № 660

На № _____ от _____

Уважаемая Анастасия Юрьевна!

Во исполнение Постановления Администрации г. Екатеринбурга №1078 от 27 мая 2016 г. «Об утверждении и реализации Плана мероприятий («дорожной карты») по снижению смертности населения муниципального образования «город Екатеринбург» от сердечно-сосудистых заболеваний в 2016 году» просим Вас оказать содействие в привлечении к участию в «Ярмарке движения» 2016 года медийных персон, спортсменов, спортивных коллективов (не менее 7 человек/коллективов).

Список предполагаемых участников:

- Иван Алыпов;
- Антон Шипулин;
- Ольга Котлярова;
- Олеся Красномовец;
- Юрий Прилуков;
- Ирина Зильбер;
- Игроки "Динамо-строитель";
- Юлия Пидлужная;

Фот К. В.
295-19-21

- Павел Тренихин;
- Зинаида Амосова.

Форма участия медийных персон, спортсменов, спортивных коллективов: мастер-класс на сцене/зарядка, мотивирующая речь о профессиональном/непрофессиональном спорте, розыгрыш символики клуба, билетов, возможно наших призов.

Задать вопросы, внести свои предложения можно по тел. 343-295-19-21, ek-gsmr@mail.ru, Фот Кристина Владимировна.


И. о. главного врача
МАУ «ГЦМП»



Салимов И. Ф.

ПРИЛОЖЕНИЕ 14

Заявка на участие в фестивале для фитнес-клубов (максимальный пакет)

МАУ ГЦМП				
Заявка на участие в Ярмарке Движения				
Название клуба, адрес, телефон, ФИО контактного лица:				
Участник				
№	наименование услуги	количество	цена	поле для отметки
1	Оборудованное место*	1		
2	Использование собственных баннеров	1		
3	Единый купон Ярмарки движения (до 100 шт)	1		
4	Трансляция видеороликов хронометражем до 30 сек., до 30 раз в течение мероприятия (с 11:00 до 16:00)	1		
5	Трансляция аудиороликов хронометражем до 30 сек., до 40 раз в течение мероприятия (с 11:00 до 16:00)	1		
6	Предоставление площадки, прилегающей к шатру, для проведения мастер-классов	1		
7	Выступление на сцене (зарядка, демонстрация фитнеса, розыгрыш призов и пр.)	1		
8	Размещение информации о фитнес-центре на сайте www.profilaktica.ru на странице "Ярмарка движения" накануне и на постоянной основе после мероприятия с возможностью перехода на ресурс фитнес-центра	1		
9	Анонс "Ярмарки движения" (радио, мультимедиа экраны, СМИ)	1		
Итого:		20000		
<p>* Оборудованное место подразумевает: 2 стола, 5 стульев, шатер 5*5, доступ к электропитанию; баннер, обозначающий площадку</p>				
<p>Сообщить о своем участии в можете на почту ek-gcsp@mail.ru либо по телефону: 295-19-21, Фот Кристина Владимировна. Заявки принимаются до " __ " _____ 2016 г.</p>				
<p>Сдать свою музыку для презентации своего клуба (пункт №9) необходимо до " __ " _____ 2016 г. По адресу: 8 марта 78а литер В, каб. 217, Фот Кристина Владимировна. Часы работы: ПН-ЧТ: 9:00-17:00, ПТ: 9:00-16:00, СБ, ВС-выходной</p>				

ПРИЛОЖЕНИЕ 15

Участники совещания, посвященного фестивалю «Ярмарка движения»

Материал удален, так как содержит информацию, представляющую коммерческую ценность.

Образцы печатной продукции и рекламных баннеров



Рис 1. Флаер-схема прохождения квеста (2016 год)



Рис 2. Пример штендеров обозначающих площадки мастер-классов



Рис 3. Интернет-баннер, размещаемый на сайте www.profilaktica.ru



Рис 4. Оформление сцены